

## ABSTRAKSI

Promosi sangat dibutuhkan dalam mengenalkan atau menjual suatu produk atau jasa, karena tanpa adanya promosi, suatu produk atau jasa sulit untuk dikenal di masyarakat. Aktivitas promosi sangat mempengaruhi penjualan, karena betapapun berkualitasnya suatu produk apabila orang/ konsumen belum pernah mendengar atau mengetahui mengenai informasinya, maka konsumen akan ragu untuk membelinya. Dalam dunia fotografi pun promosi juga diperlukan, terutama oleh studio-studio fotografi yang ingin studionya berkembang pesat. Banyak studio-studio yang melakukan promosi baik di media cetak maupun elektronik. Duotone Photography, sebuah studio fotografi di Yogyakarta yang merupakan spesialis foto hitam-putih, merupakan studio yang mengkhususkan diri di bidang *wedding photography* (fotografi pernikahan). Fotografi pernikahan termasuk dalam Fotografi Terapan, dimana terdapat aturan-aturan yang harus ditaati didalamnya, tidak seperti Fotografi Murni/ *Hobby* yang dibuat semata-mata karena *hobby* atau kesukaan.

Studio Duotone telah melakukan berbagai langkah atau strategi untuk melakukan promosi agar mereka dikenal oleh masyarakat khususnya masyarakat kelas menengah ke atas di Yogyakarta. Studio Duotone menggunakan 3 dari 5 aktivitas dalam bauran promosi, yaitu Periklanan, Penjualan Langsung, dan Promosi Penjualan. Tujuannya untuk menciptakan *awareness* kepada khalayak sasaran dan akhirnya diharapkan dapat meningkatkan pendapatan Duotone. Peneliti menggunakan Strategi Bauran Promosi dalam menganalisa strategi promosi yang dilakukan pihak Duotone. Metode penelitian yang digunakan oleh penyusun adalah deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data antara lain dengan : observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dalam aktivitas Periklanan, Duotone menggunakan brosur dan kartu pos bergambar. Untuk Penjualan Langsung, Duotone menggunakan *direct mail*, dan dalam aktivitas Promosi Penjualan menggunakan pameran didukung pembagian kartu pos bergambar. Aktivitas promosi yang paling diandalkan oleh studio Duotone adalah brosur.

Studio Duotone menggunakan strategi *concentrated marketing*. Pihak studio Duotone menggunakan 3 tahap untuk mempermudah melaksanakan aktivitas periklanan, yaitu : melakukan perencanaan, pelaksanaan, dan kemudian mengevaluasinya. Selain brosur, studio Duotone juga mengikuti pameran sebagai sarana promosi yang efektif, sedangkan *direct mail* ternyata kurang efektif. Semua strategi yang dilakukan Duotone mempertimbangkan hal-hal yang mempengaruhinya, seperti faktor-faktor yang mendukung maupun faktor-faktor yang menghambat untuk mencapai tujuan sesuai seperti yang diharapkan, yaitu menciptakan *awareness* dan akhirnya meningkatkan jumlah angka pendapatan yang selalu dikoreksi tiap 6 bulan sekali (1 periode).