

**PEMANFAATAN MODAL SOSIAL PEMILIK USAHA
FOTOGRAFI DALAM MENARIK KONSUMEN
(Studi Kasus Terhadap 3 Studio Foto di Kota Padang)**

SKRIPSI



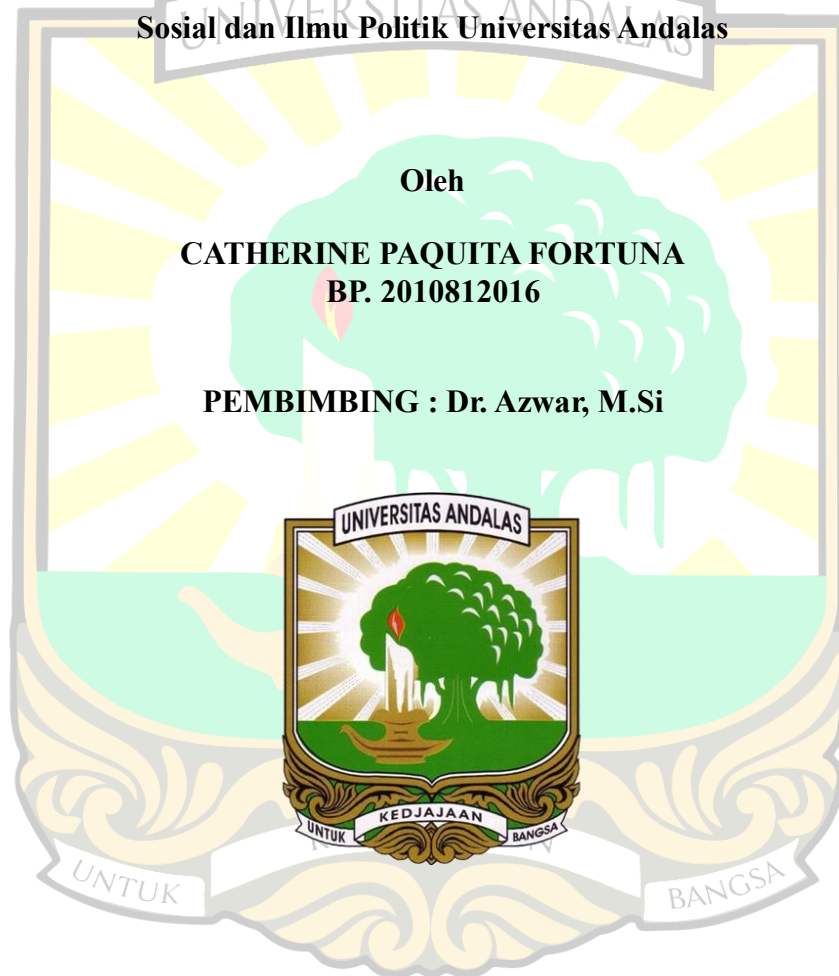
Oleh
CATHERINE PAQUITA FORTUNA
BP. 2010812016

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2024**

**PEMANFAATAN MODAL SOSIAL PEMILIK USAHA
FOTOGRAFI DALAM MENARIK KONSUMEN
(Studi Kasus Terhadap 3 Studio Foto di Kota Padang)**

SKRIPSI

**Tugas untuk Mencapai Gelar Sarjana dan Ilmu Sosial Pada Fakultas Ilmu
Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas**



Oleh

**CATHERINE PAQUITA FORTUNA
BP. 2010812016**

PEMBIMBING : Dr. Azwar, M.Si

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2024**

CATHERINE PAQUITA FORTUNA, 2010812016, Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Andalas Padang. Judul Skripsi: Pemanfaatan Modal Sosial Pemilik Usaha Fotografi Dalam Menarik Konsumen (Studi Kasus Terhadap 3 Studio Foto di Kota Padang). Pembimbing Dr. Azwar, M.Si.

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang pemanfaatan modal sosial pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen. Penelitian ini dilakukan pada 5 usaha studio foto di Kota Padang. Saat ini, terdapat banyak usaha fotografi yang berkembang pesat di Kota Padang. Persaingan yang ketat di industri ini mengharuskan setiap pemilik untuk mengembangkan usaha dengan kreatif serta inovatif agar mampu menarik perhatian dan minat konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan modal sosial pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen dan tujuan khusus mendeskripsikan kepercayaan, jaringan, norma yang dipergunakan pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen.

Penelitian ini menggunakan teori modal sosial Robert Putnam. Pendekatan penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data adalah dengan menggunakan metode kualitatif tipe deskriptif, yang mana data diperoleh dari wawancara mendalam dan observasi. Pemilihan informan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan adanya pemanfaatan modal sosial bagi pemilik usaha fotografi dalam menarik konsumen. Kepercayaan yang dibangun oleh pemilik usaha fotografi dengan konsumen, dan tenaga kerja. Jaringan sosial yang dimanfaatkan seperti membangun jaringan dengan fotografer *freelance*, pemilik usaha lain, studio percetakan, penyedia alat, tenaga kerja dan konsumen. Dalam norma pemilik usaha fotografi memiliki aturan baik itu untuk tenaga kerja maupun dengan konsumen. Pada usaha fotografi norma untuk tenaga kerja berupa tertulis dan tidak tertulis. Norma tersebut dibuat agar tenaga kerja disiplin dengan pekerjaan mereka. Sedangkan, norma untuk konsumen berfungsi sebagai panduan yang mengatur hak dan kewajiban dalam menggunakan layanan studio foto.

Kata Kunci : Modal sosial, Usaha Fotografi, menarik konsumen

CATHERINE PAQUITA FOTUNA, 2010812016, Departmen of Sosiology, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University Padang. Thesis Title: Utilization Of Social Capital of Photography Business Owners in Attracting Consumers (Case Study of 3 Photo Studios in Padang City). Supervisor Dr. Azwar, M.Si.

ABSTRACT

This thesis discusses the utilization of social capital of photography business owners in in attracting consumers. This research was conducted on 5 photo studio businesses in Padang City. Currently, there are many photography businesses that are growing rapidly in Padang City. The tight competition in this industry requires each owner to develop their business creatively and innovatively in order to attract the attention and interest of consumers. This study aims to describe the utilization of social capital of photography business owners in attracting consumers and the specific objective is to describe the trust, networks, and norms used by photography business owners in attracting consumers.

This study uses Robert Putnam's social capital theory. The research approach used to obtain data is by using a descriptive qualitative method, where data is obtained from in-depth interviews and observations. The selection of informants uses a purposive sampling technique.

Based on the research results, it was found that there is a use of social capital for photography business owners in attracting consumers. Trust is built by photography business owners with consumers and workers. Social networks that are utilized include building networks with freelance photographers, other business owners, printing studios, equipment providers, workers and consumers. In terms of norms, photography business owners have rules both for workers and consumers. In the photography business, norms for labor are written and unwritten. These norms are created so that workers are disciplined in their work. Meanwhile, norms for consumers function as a guide that regulates the rights and obligations in using photo studio services.

Keywords: Social Capital, Photography Business, Attracting Consumers