

## **KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA FOTOGRAFER DENGAN KLIEN UNTUK MENGELOLA EKSPETASI KLIEN CAHNDUK [PHOTO.ID](#)**

**<sup>1</sup>Acmad Gilang Racmadani, <sup>2</sup>Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, <sup>3</sup>Wahyu Kuncoro**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 agustus 1945 Surabaya

[acmadgilangracamadani@gmail.com](mailto:acmadgilangracamadani@gmail.com)

### **Abstrak**

Hubungan fotografer dan klien sangat penting dalam menentukan keberhasilan sebuah pemotretan. tujuan kajian artikel ini adalah untuk memahami pola komunikasi yang efektif dalam mengelola ekspektasi klien, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan hasil akhir pemotretan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang interaksi komunikasi antara fotografer dan klien. Data diambil dengan Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan fotografer dan klien untuk menggali pengalaman mereka dalam proses komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi simbolik yang berlangsung antara fotografer dan klien membentuk realitas sosial yang dinamis dan berkelanjutan. Hubungan yang terjalin tidak berhenti pada transaksi layanan saja, tetapi menjadi relasi jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan, pengalaman emosional, dan penguatan peran sosial. Komunikasi selama proses pemotretan hingga pasca layanan menciptakan ikatan sosial yang memperkuat loyalitas klien. Praktik komunikasi tersebut juga menunjukkan kesadaran fotografer terhadap norma sosial dan budaya yang memandu interaksi, sehingga membangun citra profesional sekaligus personal. fotografer perlu meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal, termasuk empati dan mendengarkan aktif, serta melibatkan klien dalam proses kreatif untuk menyelaraskan ekspektasi. Klien juga diharapkan untuk menyampaikan preferensi dan harapan secara jelas sejak awal.

**Kata Kunci :** komunikasi Interpersonal, Ekspetasi klien, Fotografi

### **Abstract**

*The relationship between photographer and client is very important in determining the success of a photo shoot. The purpose of this article study is to understand effective communication patterns in managing client expectations, so as to increase satisfaction and the final results of the photo shoot. The method used in this study is a descriptive qualitative approach, which aims to provide a comprehensive picture of the communication interaction between photographers and clients. Data were collected through semi-structured interviews with photographers and clients to explore their experiences in the communication process. The results of the study indicate that the symbolic interaction that takes place between photographers and clients forms a dynamic and sustainable social reality. The relationship that is established does not stop at service transactions, but becomes a long-term relationship based on trust, emotional experience, and strengthening social roles. Communication during the photo shoot process until after the service creates a social bond that strengthens client loyalty. These communication practices also show the photographer's awareness of social and cultural norms that guide interactions, thus building a professional and personal image. Photographers need to improve their interpersonal communication skills, including empathy and active listening, and involve clients in the creative process to align expectations. Clients are also expected to convey preferences and expectations clearly from the start.*

**Keywords:** *Interpersonal communication, Client expectations, Photography*

### **Pendahuluan**

Fotografi saat ini memainkan peran yang sangat intens dalam industri kreatif di dunia, tidak hanya sebagai sarana dokumentasi visual, tetapi juga sebagai ekspresi artistik yang memiliki nilai estetis dan ekonomi tinggi (Gjorgjieski, 2024). Dalam industri ini, hubungan antara fotografer dan klien sangat penting dalam menentukan keberhasilan sebuah pemotretan. Klien umumnya memiliki ekspektasi hasil akhir yang tinggi, mencakup kualitas teknis, komposisi estetika, dan kemampuan fotografer dalam menyampaikan emosi secara mendalam (Agustira & Hamandia, 2025). Ekspetasi konsumen adalah hasil yang diantisipasi oleh pelanggan dari suatu produk atau layanan, dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya, rekomendasi, iklan, dan materi promosi. Dalam konteks fotografi, ekspektasi ini berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan klien. Ketika hasil layanan sesuai atau melebihi harapan, kepuasan tercapai; sebaliknya, ketidakpuasan muncul jika hasil tidak sesuai(Azmi et al., 2024).

Komunikasi yang terstruktur dan cepat dalam fotografi wedding sangat penting untuk menciptakan hasil visual yang sesuai harapan, karena foto dipengaruhi oleh kesamaan pemahaman antara kedua pihak(Al Farizi, M. Umam, Rika Nugraha, 2022). Komunikasi yang baik memungkinkan fotografer memahami kebutuhan klien, serta memfasilitasi koordinasi dengan pihak lain yang terlibat. Dalam konteks ini, pola komunikasi yang efektif dapat meningkatkan pengalaman klien dan memperkuat kepuasan, serta memperluas peluang bisnis melalui rekomendasi. Ekspektasi klien terhadap hasil akhir pemotretan merupakan aspek krusial

dalam industri fotografi, terutama dalam fotografi wedding dan komersial, di mana setiap detail memiliki makna emosional yang tinggi. Klien menginginkan hasil yang tidak hanya memenuhi standar teknis, tetapi juga merefleksikan makna emosional sesuai ekspektasi pribadi (Ayu et al., n.d.). Keputusan konsumen dalam memilih jasa fotografi sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas hasil foto (Keputusan et al., 2021). Oleh karena itu, fotografer memiliki tanggung jawab untuk memastikan hasil akhir sesuai dengan visi klien, melalui penyesuaian gaya editing dan nuansa visual yang diinginkan.

Penelitian ini berfokus pada pola komunikasi interpersonal antara fotografer dan klien di Cahnduk Fotografi, yang relevan dengan kajian pola komunikasi antara vendor dan klien. Studi ini berangkat dari kasus miskomunikasi dalam penyampaian file kepada klien, yang mengakibatkan ketidakpuasan. Akses langsung ke Cahnduk Fotografi memungkinkan penelitian ini menggali pengalaman dan pola komunikasi secara mendalam. Dengan keberagaman klien dan frekuensi pemotretan yang tinggi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga untuk meningkatkan kualitas layanan dan praktik komunikasi dalam industri fotografi. Urgensi penelitian ini terkait dengan upaya meningkatkan pola komunikasi interpersonal antara fotografer dan klien untuk mengelola ekspektasi klien Cahnduk Fotografi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dan praktis bagi industri fotografi, serta panduan bagi fotografer untuk meningkatkan keterampilan komunikasi mereka. Dengan demikian, tujuan kajian artikel ini adalah untuk memahami pola komunikasi yang efektif dalam mengelola ekspektasi klien, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan hasil akhir pemotretan.

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang interaksi komunikasi antara fotografer dan klien selama proses pemotretan pernikahan di Cahnduk Fotografi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi, seperti kepercayaan, harapan, dan persepsi antara kedua belah pihak. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipan tertutup, dan dokumentasi primer pribadi. Dalam penelitian ini menggunakan teori Interaksi Simbolik

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan fotografer dan klien untuk menggali pengalaman mereka dalam proses komunikasi. Observasi partisipan tertutup dilakukan untuk mengamati interaksi secara langsung tanpa mempengaruhi perilaku subjek. Dokumentasi primer pribadi digunakan untuk menangkap kondisi nyata dari proses pemotretan, memberikan bukti visual mengenai interaksi komunikasi.

Analisis data dilakukan dengan mengikuti model Miles dan Huberman, yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik dan triangulasi sumber untuk memastikan validitas dan kredibilitas informasi yang diperoleh. Dengan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang pola komunikasi interpersonal dalam konteks layanan fotografi.

### Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini mengkaji komunikasi interpersonal antara fotografer dan klien dalam konteks pemotretan wedding di Cahnduk Fotografi Surabaya. Pada sub bab ini, akan dijabarkan temuan utama yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, sekaligus pembahasan yang mengaitkan temuan tersebut dengan teori interaksi simbolik serta konsep komunikasi interpersonal yang relevan. Komunikasi nonverbal menjadi elemen penting dalam membangun pemahaman antara fotografer dan klien, terutama dalam situasi di mana komunikasi verbal terkendala, seperti pada kondisi suara bising saat acara pernikahan. Fotografer memanfaatkan isyarat tangan sebagai simbol yang sudah mempunyai makna bersama, misalnya dengan menghitung angka tiga sampai satu sebelum proses pemotretan dimulai. Simbol ini mendapat respons spontan dari klien, menandakan kesepahaman yang dibangun secara simbolik. Selain itu, dalam mengarahkan pose bagi klien yang kesulitan memahami instruksi verbal, fotografer juga mempraktikkan pose yang diinginkan, menciptakan bentuk komunikasi nonverbal yang informatif dan empatik. Tindakan meniru tersebut menjadi simbol role-taking, di mana fotografer berusaha memahami keadaan klien secara simbolik dan membangun kenyamanan agar klien dapat mengekspresikan diri dengan percaya diri. Strategi komunikasi nonverbal juga diterapkan untuk menjaga profesionalisme dan sopan santun, khususnya dalam interaksi dengan klien lawan jenis. Fotografer laki-laki menghindari sentuhan fisik, memilih mengarahkan pose dengan demonstrasi visual dan gestur tubuh, sebagai wujud penghormatan terhadap norma budaya dan agama. Temuan ini menguatkan teori interaksi simbolik yang menyatakan bahwa simbol nonverbal tidak hanya sebagai pelengkap komunikasi verbal, tetapi juga memuat makna sosial yang kompleks yang dibentuk melalui interaksi dan kesepakatan bersama. Pemahaman mendalam terhadap simbol nonverbal memperkuat kepercayaan dan menciptakan suasana kerja yang nyaman di antara fotografer dan klien.

Pose dalam pemotretan bukan sekedar posisi visual, melainkan simbol yang membawa makna subjektif yang terkait dengan identitas diri dan kenyamanan klien. Dalam praktik di Cahnduk Fotografi, fotografer secara aktif menggali preferensi dan kekhawatiran klien sejak tahap awal sesi komunikasi. Informasi mengenai sisi

wajah favorit, kekhawatiran bentuk tubuh, dan gaya visual yang diinginkan menjadi dasar penyesuaian arahan pose. Ketika klien mengalami kesulitan memahami instruksi, fotografer memperagakan pose yang diinginkan sehingga terjadi proses role-taking yang membantu klien meniru dan memahami instruksi tersebut. Penyesuaian pose juga dilakukan dengan memperhatikan kondisi fisik dan psikologis klien, termasuk penyesuaian angle dan pose untuk klien dengan bentuk tubuh tertentu agar merasa nyaman dan percaya diri. Proses dialogis ini menunjukkan bahwa pencapaian pose ideal adalah hasil negosiasi makna yang dinamis antara fotografer dan klien, bukan keputusan sepihak. Partisipasi aktif klien dalam memberikan masukan pada sesi pemotretan menegaskan komunikasi yang bersifat interaktif, responsif, dan penuh empati.

Ekspektasi klien terhadap hasil akhir pemotretan seringkali diungkapkan melalui referensi pose, tone warna, angle, dan gaya editing. Namun, dalam praktik, ekspektasi ini sering bertemu dengan kendala teknis dan situasional, seperti kondisi pencahayaan dan lokasi. Fotografer di Cahnduk Fotografi tidak menolak ekspektasi tersebut, melainkan mencoba menjelaskan kondisi nyata dan menawarkan alternatif konsep yang masih memenuhi nilai estetika dan emosi yang diinginkan klien. Proses revisi menjadi momen penting dalam negosiasi makna, di mana fotografer menyediakan complimentary revisi maksimal tiga kali sebagai bentuk tanggung jawab sekaligus batas profesionalisme. Revisi tidak hanya bersifat teknis tapi juga merupakan ekspresi keterbukaan untuk mendengarkan dan merespons harapan klien. Interaksi selama revisi, terutama yang berlangsung secara daring melalui WhatsApp, tetap menjadi ruang negosiasi simbolik yang melibatkan pertukaran makna estetika dan emosional. Feedback klien, baik secara teknis maupun relasional, tidak hanya menjadi evaluasi hasil akhir, tetapi juga menjadi simbol negosiasi yang memperkuat hubungan interpersonal dan loyalitas klien terhadap fotografer. Umpan balik yang diberikan secara sukarela menunjukkan kepercayaan dan keterbukaan emosional yang berhasil dibangun dalam interaksi sebelumnya.

Profesionalitas fotografer tercermin dari sikap ramah, konsisten, tepat waktu, dan keterbukaan terhadap masukan klien. Gaya komunikasi yang adaptif dan fleksibel, disesuaikan dengan latar belakang budaya, usia, dan karakter klien, menjadi kunci untuk menciptakan suasana yang nyaman dan menyenangkan selama sesi pemotretan. Fotografer menjaga keseimbangan antara sikap akrab dan profesional dengan membangun hubungan personal melalui obrolan ringan, namun tetap menjaga batasan etis dan fisik, terutama dalam interaksi dengan klien lawan jenis. Penggunaan komunikasi nonverbal seperti ekspresi wajah, gestur, dan demonstrasi langsung menunjukkan kemampuan fotografer dalam menggunakan berbagai simbol interaksi untuk memastikan pesan diterima dan dimaknai secara tepat. Hubungan jangka panjang antara fotografer dan klien menjadi bukti nyata keberhasilan komunikasi interpersonal yang berlangsung terus menerus. Komunikasi pasca layanan melalui media sosial dan aplikasi chat mendukung terbentuknya relasi sosial yang erat, sehingga klien tidak hanya melihat fotografer sebagai penyedia jasa, melainkan bagian penting dalam jejaring sosial mereka.

Komponen *mind* merujuk pada kemampuan individu menggunakan simbol untuk memahami situasi sosial dan merespons secara reflektif (Lestari, 2022). Dalam layanan fotografi, *mind* terlihat saat fotografer tidak hanya memenuhi permintaan teknis, tetapi juga menafsirkan makna di balik referensi visual, ekspresi, dan emosi klien. Misalnya, ketika klien merasa tak nyaman memakai heels, fotografer menunjukkan empati dan memahami situasi secara simbolik sebagai bentuk *role-taking*. Ketika menerima referensi, fotografer tidak menirunya secara literal, melainkan menangkap harapan estetika dan emosional yang terkandung di dalamnya. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi adalah pertukaran makna melalui kesadaran simbolik. Komponen *self* mengacu pada kesadaran diri yang dibentuk melalui interaksi sosial dan respons orang lain (Uswatusolihah U, 2015) Identitas fotografer profesional di Cahnduk Photo.ID berkembang lewat komunikasi yang ramah, etis, dan responsif terhadap klien. Citra sebagai fotografer yang “dipercaya” dan “nyaman diajak kerja sama” adalah hasil pelabelan sosial dari pengalaman interaksi tersebut. Bahkan setelah sesi pemotretan, relasi tetap dijaga melalui media sosial atau sapaan informal, menegaskan bahwa identitas profesional dibentuk secara konsisten dalam jangka panjang. Komponen *society* menunjukkan bahwa interaksi berlangsung dalam struktur sosial yang memiliki norma dan nilai bersama. Fotografer Cahnduk Photo.ID menyesuaikan diri dengan norma budaya, agama, dan etika profesional, seperti menolak menyentuh klien perempuan demi menjaga batas etis dan nilai religius. Penggunaan gestur simbolik dan bahasa yang disesuaikan dengan latar belakang klien (Jawa atau Inggris) memperlihatkan pemahaman bahwa makna komunikasi bersifat kontekstual dan melekat pada struktur sosial (*society*).

Fotografer berperan aktif menyesuaikan karakter dan gaya komunikasi berdasarkan kondisi dan karakteristik klien, menandakan praktik role-taking yang signifikan dalam teori interaksi simbolik. Penyesuaian ini meliputi penggunaan bahasa, ekspresi, dan sikap respon terhadap emosi atau ketegangan klien, seperti memberikan pujiannya kepada klien yang mendapat body shaming. Respons emosional dan penyesuaian karakter ini memperlihatkan bagaimana fotografer memahami dan membangun makna bersama klien secara simbolik, sehingga menciptakan suasana nyaman yang positif bagi kelancaran sesi pemotretan. Klien mengakui penyesuaian ini meningkatkan efektivitas komunikasi dan kenyamanan selama layanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi simbolik yang berlangsung antara fotografer dan klien membentuk realitas sosial yang dinamis dan berkelanjutan. Hubungan yang terjalin tidak berhenti pada transaksi layanan saja, tetapi menjadi relasi jangka panjang yang didasarkan pada kepercayaan, pengalaman emosional, dan penguatan peran

sosial. Komunikasi yang terbangun selama proses pemotretan hingga pasca layanan menciptakan ikatan sosial yang memperkuat loyalitas klien dan membuka peluang bisnis melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Praktik komunikasi tersebut juga menunjukkan kesadaran fotografer terhadap norma sosial dan budaya yang memandu interaksi, sehingga membangun citra profesional sekaligus personal.

Komunikasi interpersonal antara fotografer dan klien di Cahnduk Fotografi membentuk jembatan simbolik yang memungkinkan penyamaan persepsi, pengelolaan ekspektasi, dan penciptaan suasana kerja yang nyaman. Komunikasi nonverbal, penyesuaian pose, revisi hasil, dan gaya komunikasi yang adaptif menjadi kunci keberhasilan interaksi ini. Hubungan yang dibangun bukan sekadar transaksional, melainkan merupakan realitas sosial yang berkelanjutan dan simbolik, yang mampu memperkuat loyalitas dan reputasi bisnis fotografi secara jangka panjang. Temuan ini menegaskan pentingnya keterampilan komunikasi interpersonal dan sensitivitas simbolik dalam praktik layanan fotografi modern.

## Penutup

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi interpersonal antara fotografer dan klien di Cahnduk Fotografi bersifat dinamis, simbolik, dan kontekstual, serta sangat penting dalam mengelola ekspektasi klien. Proses komunikasi dimulai dengan interaksi awal melalui media online yang menggali preferensi visual, diikuti dengan penggabungan komunikasi verbal dan nonverbal selama sesi pemotretan untuk menjaga suasana positif. Penyesuaian peran fotografer berdasarkan emosi dan kebutuhan klien menjadi kunci dalam negosiasi makna, terutama saat terjadi perbedaan antara harapan klien dan hasil foto. Feedback klien berperan sebagai indikator penting dalam evaluasi interaksi, memperkuat relasi interpersonal, dan menciptakan loyalitas serta promosi tidak langsung. Dengan demikian, komunikasi interpersonal di Cahnduk Fotografi tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga membangun pengertian bersama yang terus berkembang, sejalan dengan teori interaksi simbolik.

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan kajian komunikasi interpersonal dalam industri jasa kreatif, khususnya fotografi wedding. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi aspek lain dalam komunikasi jasa kreatif, seperti interaksi antara fotografer dan vendor lain. Secara praktis, fotografer perlu meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal, termasuk empati dan mendengarkan aktif, serta melibatkan klien dalam proses kreatif untuk menyelaraskan ekspektasi. Klien juga diharapkan untuk menyampaikan preferensi dan harapan secara jelas sejak awal. Pelaku usaha fotografi disarankan untuk menyusun standar operasional komunikasi (SOP) yang mencakup sesi konsultasi awal dan evaluasi layanan pasca proyek, dengan tetap mengedepankan pendekatan humanis dalam interaksi.

## Daftar Pustaka

- Agustira, D., & Hamandia, M. R. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Personal Branding All5photo di Media Sosial Instagram*. 3, 1–11.
- Al Farizi, M. Umam, Rika Nugraha, and S. S. K. (2022). *Style Dan Pose Wedding Photography Melalui Teknik Single Lighting Dalam Fotografi Ekspresi*. 95–106.
- Ayu, I., Trisna, P., Candrayana, I. B., & Bratayadnya, P. A. (n.d.). *Tata Kelola Seni Pemotretan Beauty Shoot Foto Prewedding Di Tamas Bali Photo*. 5, 69–79.
- Azmi, R., Septiyanti, R., Islam, U., Raden, N., & Palembang, F. (2024). *DAN PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN November*, 1445–1455.
- Gjorgjieski, V. (2024). Art Redefined: AI's Influence on Traditional Artistic Expression. *International Journal of Art and Design*, 1(1), 49–60. <https://doi.org/10.69648/swww7235>
- Keputusan, P., Memilih, D., & Wedding, F. (2021). *Pengambilan keputusan dalam memilih fotografer wedding*. 8(1), 29–39.
- Lestari, L. (2022). Komunikasi Interpersonal Guru dan Santri TPQ As Syafiiyah (Analisis Teori Interaksionisme Simbolik G. Herbert Mead). *Jurnal Pendidikan*, 59. [https://repository.uinsaizu.ac.id/16048/1/LILI\\_LESTARI\\_KOMUNIKASI\\_INTERPERSONAL\\_GURU\\_DAN\\_SANTRI\\_TPQ\\_AS\\_SYAFIIYAH\\_\(ANALISIS\\_TEORI\\_INTERAKSIONISME\\_SIMBOLIK\\_G.\\_HERBERT\\_MEAD\).pdf](https://repository.uinsaizu.ac.id/16048/1/LILI_LESTARI_KOMUNIKASI_INTERPERSONAL_GURU_DAN_SANTRI_TPQ_AS_SYAFIIYAH_(ANALISIS_TEORI_INTERAKSIONISME_SIMBOLIK_G._HERBERT_MEAD).pdf)
- Uswatusolihah U. (2015). 853-Article Text-1696-1-10-20170126. *Kesadaran Dan Transformasi Diri Dalam Kajian Dakwah Islam Dan Komunikasi*, 9(2), 258–275.