

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Zaman sekarang dunia industri telah berkembang pesat di semua negara, terutama Indonesia, berbagai cara untuk mempromosikan produk ataupun jasa dilakukan dengan berbagai cara. Promosi merupakan elemen pemasaran dari sebuah perusahaan yang dilakukan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan mencakup semua elemen promosi (George & Michael, 2003:22). Tentunya untuk mewujudkan promosi, terdapat beberapa media pemasaran seperti Surat Kabar, Majalah, Televisi, Radio, dan Media Sosial (Swastha, 2002:255). Untuk membentuk sebuah media promosi, tentunya membutuhkan bantuan dari sebuah Production House. *Creative Director* dan *Account Executive* berpengaruh untuk mewujudkan keinginan klien mewujudkan promosi mereka.

Seorang *Account Executive* memiliki tanggung jawab yang sangat besar dalam menangani hal produksi untuk menerapkan semua kebutuhan klien agar tidak terjadi sebuah miskomunikasi. Peran lainnya adalah melakukan negosiasi, dimana proses antar dua pihak atau lebih yang mempunyai kepentingan yang sama atau saling bertentangan secara komunikasi untuk mencapai kesepakatan bersama. Tentunya sebuah negosiasi memerlukan sebuah strategi dan taktik, karena pada dasarnya semua orang tidak ada yang mau kalah, dipaksa atau ditindas. Heron dan Vandenabeele (1998:05) mengatakan bahwa dalam hubungan kerja, pekerja dan pengusaha memiliki kepentingan perihal proses produksi,

dimana kedua belah pihak ingin produksi mereka lanjut dan meningkat secara sumber penghasilan agar memperoleh keuntungan. Tentunya ada beberapa langkah atau faktor yang bisa menentukan keberhasilan sebuah negosiasi.

Segala sesuatu yang berhubungan dengan negosiasi, akan menjadi sebuah topik pembahasan penulis, dan SEORAE menjadi salah satu industri yang promosinya telah diwujudkan oleh Penulis dalam bentuk video promosi. Penulis mengkaji permasalahan dengan menggunakan *Minutes of Meeting*, *Client Brief*, dan *MOU*, sebagai cara untuk melakukan negosiasi.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi negosiasi terhadap klien pada pembuatan video promosi SEORAE ?

1.3. Batasan Masalah

Pembahasan masalah dibatasi pada kerugian keuangan berdasarkan pembuatan *MOU*, *Client Brief*, dan *Minutes Of Meeting*.

1.4. Tujuan Skripsi

Tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah mengetahui strategi negosiasi terhadap klien pada pembuatan video promosi SEORAE.

1.5. Manfaat Skripsi

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat disimpulkan bahwa manfaat dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

- a) Manfaat bagi penulis: memperluas ilmu pengetahuan penulis mengenai strategi negosiasi terhadap klien dalam pembuatan video promosi.
- b) Manfaat bagi orang lain: sebagai referensi atau data acuan bagi orang lain yang ingin melakukan penelitian terkait dengan penulisan ini.
- c) Manfaat bagi universitas : menambahkan arsip *literature* yang berguna nantinya bagi Universitas Multimedia Nusantara.