



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

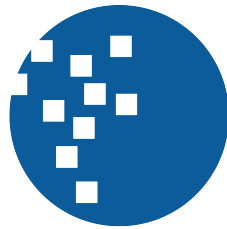
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PENERAPAN *PERSONAL SELLING* OLEH PRODUSER

DALAM MEMPROMOSIKAN *BBB PRODUCTION*

Skripsi Penciptaan

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Cindy
NIM : 00000018609
Program Studi : Film dan Televisi
Fakultas : Seni & Desain

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2018

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cindy

NIM : 00000018609

Program Studi : Film dan Televisi

Fakultas : Seni & Desain

Universitas Multimedia Nusantara

PENERAPAN *PERSONAL SELLING* OLEH PRODUSER DALAM MEMPROMOSIKAN *BBB PRODUCTION*

dengan ini menyatakan bahwa, Skripsi dan karya penciptaan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di Universitas Multimedia Nusantara maupun di perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini bukan saduran/terjemahan, murni gagasan, rumusan dan pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan nara sumber.

Demikian surat Pernyataan Orisinalitas ini saya buat dengan sebenarnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan serta ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar Sarjana Seni

(S.Sn.) yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 05 Januari 2018



Cindy



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENERAPAN *PERSONAL SELLING* OLEH PRODUSER DALAM
MEMPROMOSIKAN *BBB PRODUCTION*

Oleh


Nama : Cindy
NIM : 00000018609
Program Studi : Film dan Televisi
Fakultas : Seni & Desain

Tangerang, 26 Januari 2018

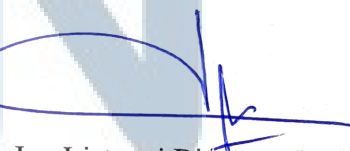
Pembimbing


Kus Sudarsono S.E., M.Sn.

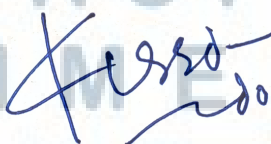
Penguji


Kemal Hasan, S.T, M.Sn

Ketua Sidang


Ina Listyani Riyanto, S.Pd., M.A.

Ketua Program Studi


Kus Sudarsono S.E., M.Sn.

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Penerapan *Personal Selling* oleh Produser dalam Mempromosikan BBB Production” bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi serta dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu pada Program Studi Film dan Televisi Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.

Skripsi ini bertujuan memberikan pemahaman tentang penerapan *personal selling* oleh Produser dalam mempromosikan sebuah rumah produksi dalam masa pemasaran. Penulis berharap dengan adanya Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua orang, khususnya kepada mahasiswa dan penulis sendiri.

Penulis telah melalui proses yang panjang dan penuh suka maupun duka, mulai dari revisi sampai begadang. Tetapi, karena usaha dan tidak mudah menyerah membuat penulis yakin bahwa usaha tidak akan mengkhianati hasilnya. Tak lupa juga berkat doa dan dukungan dari keluarga, sahabat dan teman, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Penyusunan Skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada orang-orang yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa
2. Ina Listyani Riyanto, S.Pd., M.A., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain dan Ketua Sidang
3. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn., selaku Ketua Program Studi FTV dan dosen pembimbing laporan Tugas Akhir Penulis.
4. Kemal Hassan, S.T., M.Sn selaku dosen Penguji
5. Itha Ooq, selaku narasumber 1
6. Ardha Marlock, selaku narasumber 2
7. Aulia Rizsa Wirizqi, selaku anggota dari BBB Production
8. Michael, selaku anggota dari BBB Production
9. Teman-teman
10. Keluarga

Tangerang, 05 Januari 2018



Cindy



U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

ABSTRAKSI

Sebuah rumah produksi tidak lepas dari departemen produksi, salah satunya adalah *produser*. *Produser* adalah kepala dari sebuah tim produksi yang bertanggung jawab dalam sebuah pembuatan iklan. Ia yang akan menerapkan proses *personal selling* kepada klien dari awal sampai proses akhir. Tidak hanya itu, ia juga bertanggung jawab atas kinerja semua departemen. Secara keseluruhan peran *produser* adalah mengkoordinasi, mensupervisi, dan mengontrol semua proses kreatif, budgeting, teknis dan administratif. Dalam penulisan Tugas akhir ini, penulis sebagai produser akan memaparkan penerapan *personal selling* dalam mempromosikan BBB Production dalam masa pemasaran. Penulis menggunakan teori *personal selling* agar mendapatkan klien sesuai yang diinginkan, dibantu dengan penerapan teori *komunikasi* dan *negosiasi* agar penerapan *personal selling* dapat berjalan dengan baik.

Kata kunci: (*personal selling*, pemasaran, produser, negosiasi, komunikasi).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ABSTRACT

A production house must have production department, one of them are producer. Producer is a head from a production team that has responsibilities in making an advertising. Producer is the one who will do a personal selling to a client from the beginning until the end of the progress. Besides, producer has responsibilities for all the works in department. Over all, producer is the one who coordinates, supervises and controls all the creative process, budgeting, technical and administration. In this thesis, the writer as a producer will do the application of personal selling in promoting BBB Production in time of marketing. The writer uses personal selling theory in order to provide the right client, assisted with communication theory and negotiation to make the application of personal selling go well.

Keywords: (personal selling, marketing, producer, negotiation, communication).

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	I
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	III
KATA PENGANTAR	III
ABSTRAKSI	VI
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Skripsi	3
1.5. Manfaat Skripsi	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. <i>Personal Selling</i>	5
2.1.1. Hakikat <i>Personal Selling</i>	6
2.1.2. Tanggung Jawab <i>Personal Selling</i>	7

2.1.3.	Tahap-tahap <i>Personal Selling</i>	9
2.1.4.	Kelebihan dan Kekurangan <i>Personal Selling</i>	10
2.2.	Produser	13
2.2.1.	Tugas dan Tanggung Jawab Produser.....	13
2.3.	Pemasaran	14
2.3.1.	Bauran Pemasaran (<i>marketing mix</i>)	14
2.4.	SWOT	13
2.5.	Pra Produksi	14
2.3.1.	Tahapan Pra Produksi	17
2.6.	Komunikasi	18
2.6.1.	Fungsi Komunikasi	19
2.6.2.	Jenis – Jenis Komunikasi	19
2.7.	Negosiasi.....	21
2.7.1.	Taktik Bernegosiasi	21
2.7.2.	Strategi Bernegosiasi	23
BAB III METODOLOGI.....		25
3.1.	Gambaran Umum.....	25
3.1.1.	Sinopsis/Latar Belakang Perusahaan.....	25
3.1.2.	Posisi Penulis	26
3.2.	Langkah-Langkah Riset	27
3.3.	Tahapan Kerja.....	27
3.3.1.	Pra Produksi.....	25
3.3.2.	Produksi	31

3.3.3.	Pasca Produksi	32
3.4.	Wawancara	33
3.4.1.	Daftar Pertanyaan	33
BAB IV	ANALISIS	35
4.1.	Analisis BBB Production	35
4.1.1.	SWOT	35
4.1.2.	Analisis Ketidakberhasilan Dalam Mendapatkan Klien	37
4.1.3.	<i>Branding BBB Production</i>	38
4.1.4.	Analisis Pemasaran	42
4.2.	Analisis Personal Selling	44
4.2.1.	Analisis Hakikat Personal Selling	45
4.2.2.	Analisis Tanggung Jawab Personal Selling	46
4.2.3.	Analisis Tahap-Tahap Personal Selling	50
4.2.4.	Analisis Kelebihan Personal Selling	51
4.2.5.	Analisis Kekurangan Personal Selling	52
4.3.	Analisis Produser	53
4.3.1.	Analisis Tugas dan Tanggung Jawab Produser	54
4.4.	Analisis Pre Produksi	54
4.5.	Analisis Komunikasi	55
4.5.1.	Analisis Fungsi Komunikasi	55
4.5.2.	Analisis Jenis-Jenis Komunikasi	56
4.6.	Analisis Strategi Negosiasi	57
4.6.1.	<i>Collaborative</i>	57

4.6.2.	<i>Competitive</i>	57
4.6.3.	<i>Compromise</i>	57
4.7.	Tahap Wawancara.....	58
4.7.1.	Hasil Wawancara Dengan Narasumber Pertama	58
4.7.2.	Hasil Wawancara Dengan Narasumber Kedua.....	60
BAB V PENUTUP		62
5.1.	Kesimpulan	62
5.2.	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA		XIV

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.2.1 1 Desain <i>pitch deck</i> Bon Cabe	40
Gambar 4.1.2.2 1 Desain <i>pitch deck</i> Iwearbanana.....	41
Gambar 4.1.3 1 Logo BBB Production.....	39

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.1 SWOT <i>BBB Production</i>	35
Tabel 4.1.3 4P (<i>product, price, place, promotion</i>).....	43



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A: KARTU BIMBINGAN SKRIPSI.....	xvi
LAMPIRAN B: CV.....	xviii
LAMPIRAN C: <i>PITCH DECK</i>	xix
LAMPIRAN D: <i>CREATIVE BRIEF</i>	xx
LAMPIRAN E: <i>INVOICE IWEARBANANA</i>	xxiii
LAMPIRAN E: <i>BUDGETING IWEARBANANA</i>	xxiii

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA