

Lobi dan Negosiasi Videografer dengan Klien

Reynaldi Ihsan Fauzi, Wiki Angga Wiksana

Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia
Reynaldihsan17@gmail.com

Abstract—Videographer is a service provider that offers videography. In an effort in the field of videography, of course there are a lot of clients, asking for a more affordable price with good quality. On the other hand, a videographer who is actually a service provider would want to offer a service at a high price and of course with good quality. In this case it is necessary to carry out a lobbying process and negotiation between the videographer and the client. This research was conducted because he wanted to know the lobbying and negotiations carried out by the videographer with the client in reaching an agreement, obstacles that occur in the lobbying and negotiation process, how long it takes to carry out the lobbying and negotiation process. The study used a descriptive qualitative method in which this was done because the researcher wanted to describe a case as it was happening in the field. To get the right information for this research, the researcher will conduct interviews with the informants who have been selected by the researcher with all considerations. The lobbying and negotiation process is carried out in 3 stages, namely conducting interpersonal communication, conducting presentations and conducting integrative negotiations, while the time it takes is 2-3 days with the fastest time and 14 working days with the slowest time.

Keywords—Lobby, Negotiation, Videography, Videographer, Client

Abstrak—Videografer merupakan penyedia jasa yang menawarkan videografi. Dalam sebuah usahanya dalam bidang videografi tentu banyak sekali seorang klien, yang meminta untuk harga yang lebih terjangkau dengan kualitas yang baik. Sebaliknya seorang videographer yang notabnya sebagai penyedia jasa tentu ingin menawarkan sebuah jasanya dengan harga yang tinggi dan tentunya dengan kualitas yang baik. Dalam kasus tersebut perlu di lakukannya sebuah proses lobi dan negosiasi antara videografer dengan klien. Penelitian ini dilakukan karena ingin mengetahui lobi dan negosiasi yang dilakukan oleh videografer dengan klien dalam mencapai kesepakatan, hambatan yang terjadi dalam melakukan proses lobi dan negosiasi, berapa lama waktu yang diperlukan dalam melakukan proses lobi dan negosiasi. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif yang mana hal ini dilakukan karena peneliti ingin menggambarkan suatu kasus secara apa adanya yang terjadi dilapangan. Untuk mendapatkan informasi yang tepat terhadap penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara terhadap informan yang sudah dipilih peneliti dengan segala pertimbangan. Proses lobi dan negosiasi dilakukan dalam 3 tahapan yaitu melakukan komunikasi interpersonal, melakukan presentasi dan melakukan negosiasi secara integratif, sedangkan waktu yang dibutuhkannya adalah 2-3 hari dengan waktu paling cepat dan 14 hari kerja dengan waktu yang paling lambat.

Kata Kunci—Lobi, Negosiasi, Videografi, Videografer, Klien

I. PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial melakukan komunikasi dengan maksud dan tujuan yang berbeda-beda. Akan tetapi tujuan dari komunikasi sendiri apabila di formulasikan lebih sederhana yaitu untuk memotivasi, menarik perhatian, menarik simpati, menimbulkan empati dan memberikan informasi dari seseorang yang satu dengan yang lainnya ataupun dengan kelompok, organisasi. Dengan begitu seseorang dalam melakukan komunikasi dengan tujuan tertentu akan dapat menarik keuntungan dari apa yang di informasikan kepada komunikan tersebut.

Dalam proses komunikasi guna menarik keuntungan atau keselarasan tersebut tentunya akan melibatkan lobi dan negosiasi antara beberapa pihak yang satu dengan beberapa pihak yang lainnya. Lobi dan negosiasi dapat dilakukan oleh dua pihak dengan tujuan yang sama maupun berbeda dengan diharapkannya sebuah keselarasan atau titik tengah yang disepakati oleh dua pihak.

Melobi dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pihak tertentu agar keputusannya tidak membuat kerugian bagi pihak yang lain. Selain itu juga lobi dapat Memprediksi apa yang akan terjadi dan dapat memberi rekomendasi agar dapat menyesuaikan diri dengan ketentuan yang sudah ditetapkan. Lobi terdiri dari beberapa karakteristik seperti, lobi kegiatan yang informal dimana dapat dilakukan diluar forum atau sesuatu yang telah disepakati, dilakukan dengan bentuk yang bermacam-macam dapat berupa perbincangan yang diawali dengan sapaan ataupun melalui pesan, dapat dilakukan dengan waktu yang fleksibel dan tempat kapan dan dimana saja jika masih dalam batas kondisi wajar atau suasana memungkinkan. Waktu yang dipilih atau dipergunakan dapat mendukung dan menciptakan suasana yang menyenangkan, sehingga pihak terkait dapat bersikap rileks, dapat menggunakan pihak ketiga sebagai perantara apabila dibutuhkan, kegiatan yang dilakukan dapat berbentuk satu arah, pihak yang melobi merupakan pihak yang aktif untuk mendekati pihak lainnya. Pihak yang melobi diharuskan tidak bersikap pasif sehingga menjadikannya terlihat kurang perhatian.

Negosiasi dapat diartikan yaitu sebuah proses dimana kedua belah pihak yang ingin menemukan jalan keluar, melakukan kesepakatan untuk suatu perbuatan, melakukan negosiasi dengan tujuan mendapatkan hasil yang diinginkan

bersama (*win-win solution*). Dengan terjadinya bentuk pertemuan antara kedua belah pihak dalam mencari kesepakatan, negosiasi memiliki manfaat yaitu terjalannya kerjasama antara kedua belah pihak, dengan terjalannya komunikasi yang positif dan efektif antara pihak-pihak yang sedang bernegosiasi sehingga kerja sama tersebut akan menghasilkan dampak yang lebih luas lagi dalam hal berbisnis. Selain itu untuk sebuah perusahaan, dalam proses bernegosiasi akan mendapatkan berbagai manfaat bagi jalinan hubungan bisnis yang lebih luas dan pengembangan pemasaran khususnya dalam usaha penawaran jasa.

Videografer merupakan salah satu profesi yang memerlukan lobi dan negosiasi dalam mencapai kesepakatan dengan klien. Bayu Rizky Prahadian merupakan salah satu videografer yang bergerak sendiri dalam menawarkan sebuah jasa videografi. Telah cukup banyak seseorang yang meminta jasa Bayu sebagai videografer untuk mengabadikan momen-momentnya baik itu untuk dokumentasi kegiatan, iklan, kampanye dan lainnya. Selain itu Bayu juga pernah menerima jasa sebagai fasilitator dalam videographer, video editor dan juga pilot drone.

Bayu merupakan seorang videografer yang mempunyai skill yang cukup baik, hal ini dapat dilihat dari banyaknya klien dari beberapa kementerian seperti kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Republik Indonesia, Kementerian Perhubungan, Kementerian Komunikasi dan Informatika dan kementerian pendidikan dan budaya. Beberapa nama-nama yang terkemuka dari pemerintahan pun pernah menggunakan jasa Bayu rizky tersebut antara lain Jopinus Ramli Saragih, Agus Harimurti Yudhoyono, Anies Baswedan, Abdullah Azwar Anas dan lainnya. Bayu rizky juga merupakan seorang videographer yang telah membuat video *World Interfaith Harmony Week 2015: Building Peace in Ambon Islands*.

Dalam penawaran jasa videografinya dengan klien dari pemerintahan, Bayu Rizky mendapatkan harga bayar yang relatif besar dengan kualitas video yang memuaskan. Akan tetapi klien yang meminta jasa videografer pada Bayu Rizky Prahadian tentu bukan hanya dari ruang lingkup pemerintahan saja, terdapat pula klien diluar ruang lingkup pemerintahan.

Dalam beberapa kasus saat klien ingin menggunakan jasa videografi Bayu Rizky, Bayu sendiri seringkali harus menghadapi suatu proses negosiasi dengan klien tertentu yang menginginkan harga yang relatif lebih terjangkau dengan hasil video yang memuaskan, pekerja kreatif khususnya dalam videografi memang seringkali direndahkan oleh klien. Seorang klien tentu berhak untuk mendapatkan penurunan harga dan kemaksimalan hasil video sesuai yang diinginkan dengan syarat masih dalam batas kewajaran, dan juga sebaliknya bahwa seorang videografer juga memiliki hak untuk terus menetapkan harga dan hasil karya sesuai dengan yang di tetapkan di awal.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisa serta mengkaji lebih jauh lagi mengenai “Lobi

Negosiasi Videografer Dengan Klien”. Dikarenakan Bayu Rizky Prahadian seringkali mendapatkan klien dari pemerintahan dengan harga bayar yang relatif besar dan terdapat klien tertentu diluar itu yang menginginkan jasa videografi dengan harga yang relatif lebih terjangkau dengan tetap mendapatkan hasil video yang memuaskan.

II. LANDASAN TEORI

Lobi merupakan sebuah usaha pendekatan yang dilakukan untuk mempersuasi yang mempunyai maksud untuk kebutuhan tertentu, sedangkan negosiasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan antara pihak-pihak terkait, yang awalnya mempunyai pemahaman berbeda hingga dapat mencapai kesepakatan bersama. Negosiasi dapat terjadi dikarenakannya timbul suatu permasalahan dan lobi bertujuan untuk mengurangi permasalahan. Dengan begitu dapat lobi dan negosiasi merupakan dua hal yang berkaitan

Menurut Anwar (1997), lobi merupakan sebuah usaha tidak formal dan membujuk yang dilaksanakan oleh suatu kubu (perorangan, kelompok, Swasta, pemerintah) yang mempunyai kebutuhan tertentu dalam mendapatkan dukungan dari suatu pihak yang dipercaya mempunyai pengaruh sehingga target yang diinginkan tercapai. Menurut Jackman (2005), negosiasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan dua kubu atau lebih yang awalnya mempunyai pemahaman tak sama, sampai dapat memperoleh kesepakatan.

Terdapat beberapa target dalam melakukan kegiatan lobi seperti menghasut kebijakan, memperoleh dukungan, memenangkan prasyarat kontrak/ dengan kegiatan bisnis, meringankan masalah, mendapatkan jalan dalam kegiatan, lalu selanjutnya yang terakhir adalah memberikan informasi untuk kegiatan selanjutnya

Menurut Afriansyah (2017), pada umumnya negosiasi terbagi atas dua jenis yaitu negosiasi kooperatif, pada hal ini berbagai pihak yakin satu sama lain dapat memperoleh sesuatu yang dituju, dikarenakan pada tipe ini berbagai pihak berkegiatan menyelesaikan konflik satu sama lain. Lalu yang kedua merupakan negosiasi distribusi, yang mana pada hal ini menyertakan pemecahan, dengan begitu berbagai pihak menginginkan bagian yang lebih besar atas sesuatu yang di tawarkan, pada tipe ini biasanya dijalankan dalam hal pergantian.

Akan tetapi jika dilihat dari hasil yang didapatkan negosiasi terbagi menjadi empat, yaitu *win-win solution*, *win-lose solution*, *lose-win solution*, *lose-lose solution*.

Strategi tawar-menawar integrative yaitu suatu negosiasi yang menciptakan kesepakatan bahwa berbagai pihak yang terlibat akan memperoleh keuntungan (Lewicki, 2003).

Dalam taktik ini jika salah satu pihak mencapai keinginannya, pihak lawan tidak dihalangi untuk mencapai keinginannya juga dalam batas kesepakatan bersama, keuntungan satu pihak tidak merugikan pihak lain. Struktur dasar dari situasi negosiasi integratif yaitu keadaan yang dapat membuat kedua belah pihak dapat mencapai keinginannya masing-masing. Dalam tawar menawar

integratif diwajibkan kedua pihak tidak hanya menjelaskan dan mengejar tujuan masing-masing, tetapi memperhatikan tujuan pihak lain lalu mencari solusi yang menguntungkan kedua pihak, hasilnya dapat dilihat berdasarkan tingkat dipenuhinya keinginan kedua pihak tersebut. Dalam tawar menawar integratif mewajibkan adanya sebuah proses yang berbeda dengan perundingan distributif.

Setidaknya terdapat empat langkah yang harus dijalankan pada strategi integratif, (Lewicki, 2007). Tiga langkah pertama merupakan langkah untuk membuat nilai-nilai negosiasi (*creating the value*), sementara satu langkah terakhir merupakan langkah yang digunakan dalam memperjuangkan nilai (*claiming value*).

Langkah yang pertama yaitu *identify and define the problem*. Ini merupakan langkah dari proses negosiasi integratif yang meliputi pembahasan dan pengidentifikasian masalah dari berbagai pihak yang terlibat. Tujuan dari pembahasan ini yaitu untuk menggabungkan informasi dan permasalahan yang bisa diterima juga dapat menguntungkan kedua belah pihak. Supaya dapat mencapai jalan keluar yang baik, maka identifikasi masalah tidak boleh terlibat dalam kepentingan pribadi dalam konflik yang terjadi.

Langkah yang kedua yaitu memahami masalah sepenuhnya mengidentifikasi minat dan kebutuhan. Adanya kemampuan dari berbagai pihak untuk dapat memahami dan memuaskan tujuan bersama dengan kata lain langkah ini menjadikan kunci utama untuk meraih sukses dalam menjalankan negosiasi. Terdapat jenis-jenis kepentingan yang kerap kali muncul dalam negosiasi antara lain, *substantive interest* yang berhubungan dengan isu atau permasalahan inti yang dibahas dalam negosiasi, *process interest* yang mendeskripsikan kepentingan-kepentingan lain yang muncul dalam memperjuangkan kepentingan utama, *relationship interest* dimana pihak-pihak yang terlibat mempunyai hubungan kepentingan dan terdapat niat untuk tidak merusak kepentingan tersebut, dan *interest in principle* yang berkaitan dengan suatu prinsip tertentu yang memperhatikan nilai dan norma seperti benar dan salah atau seharusnya dilakukan dan tidak dilakukan sehingga dijadikan sebagai suatu pedoman.

Langkah ketiga yaitu *generate alternative solutions*. Untuk membuat varian pilihan-pilihan solusi yang mungkin dicapai untuk menyelesaikan masalah maka langkah ini menitik beratkan pada proses pencarian alternatif secara kreatif. Untuk memilih solusi yang tepat dari banyaknya kemungkinan solusi yang ada, maka dari itu evaluasi juga perlu dilakukan

Langkah yang keempat yaitu *evaluate and select alternatives*. Langkah ini merupakan tahapan dimana *value* yang ingin diraih harus diperjuangkan. Evaluasi terhadap alternatif yang sudah digeneralisasi pada berbagai proses sebelumnya perlu dilakukan untuk mencapai rencana terbaik. Contoh langkah yang dapat dilakukan dalam negosiasi ini yaitu mempersempit cakupan pilihan alternatif dan mengevaluasi berdasarkan kualitas, standar, dan

penerimaan. Pada langkah ini, tidak diperbolehkan untuk mengedepankan alternatif solusi pribadinya. Diharapkan bagi para negosiator untuk dapat peka terhadap *intangible influence* dalam memilih alternatif. Membuat grup kecil dengan tujuan untuk mengevaluasi alternatif yang kompleks, meluangkan waktu untuk menenangkan diri, mengeksplorasi berbagai cara untuk *logroll*, menjaga keputusan sementara yang telah ada dengan tetap menyesuaikan dengan kondisi hingga usulan akhir disepakati, dan meminimalisir formalitas dan menjaga apa yang telah dibicarakan hingga persetujuan tercapai merupakan langkah-langkah yang dapat dilakukan.

A. Metode Penelitian

Moleong (2007:6) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah. Dengan begitu penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang menyelidiki dengan menggambarkan suatu permasalahan tertentu dengan tujuan untuk memahami secara mendetail dan menyeluruh. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang bersifat deskriptif yang mengemukakan suatu hasil penelitian utuh berupa hasil narasi yang di analisis untuk menjadikan sebuah bukti yang di interpretasi mengenai suatu permasalahan dari subjek yang diteliti. Mukhtar (2013: 11) menyatakan jika pendekatan deskriptif kualitatif berusaha menggambarkan seluruh gejala atau keadaan yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai lobi dan negosiasi yang dilakukan oleh Bayu Rizky Prahadian terhadap klien secara komprehensif, dimana bayu rizky merupakan seorang videografer profesional yang baik, dengan pengalamannya bekerja dengan pemerintahan dan e-commerce besar yang menjadikannya menarik untuk dijadikan sebagai subjek penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat sosial oleh karenanya peneliti bermaksudkan untuk menggunakan metode kualitatif untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data yang di dapatkan dari hasil penelitian tersebut.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Bayu Rizky Prahadian melakukan komunikasi intrapersonal dengan klien. Hal ini bertujuan agar dapat menarik kepercayaan klien, dengan cara memperlihatkan *attitude* yang baik, penggunaan bahasa yang baik. Hal yang dilakukan pertama kali ini memang sangat penting. Dikarenakan hal ini juga dapat dikatakan sebagai penentu bagi negosiasi yang akan dilakukannya dikemudian waktu. Dengan menggunakan bahasa dan gaya berbicara serta *attitude* yang baik, itu sudah menciptakan suatu nilai lebih dalam hal menarik minat klien. Selain itu dengan

melakukan komunikasi intrapersonal kedua pihak akan dapat saling melihat penyampaian yang di paparkan masing-masing dan dapat melihat komunikasi non verbalnya secara langsung.

Setelah melakukan hal pertama seperti tadi, langkah selanjutnya yang dilakukan Bayu Rizky Prahadian dalam melakukan strategi dalam proses lobi dan negosiasi adalah dengan melakukan presentasi kepada klien. Presentasi yang dilakukan oleh Bayu Rizky Prahadian merupakan suatu peran penting dalam melakukan negosiasi. Dengan melakukan presentasi, klien akan membuat pertimbangan atas paparan-paparan yang telah di sampaikan oleh Bayu Rizky Prahadian. Bayu Rizky Prahadian memperlihatkan portofolio hasil karyanya kepada klien yang mana hal ini merupakan salah satu kunci guna mendapatkan kesepakatan yang baik. Hal itu dikarenakan klien akan melihat karya-karya yang telah Bayu Rizky Prahadian ciptakan. Klien akan melihat bagaimana ciri khas dari video tersebut, dengan begitu klien akan dapat mempertimbangkan secara langsung dalam menggunakan Bayu Rizky sebagai pemegang project tersebut. Dengan begitu presentasi yang dilakukan memang sangat berpengaruh pada kegiatan negosiasi yang akan dilakukan dikemudian waktu.

Setelah itu melakukan negosiasi secara integratif adalah langkah yang dipilih oleh Bayu Rizky. Bayu Rizky Prahadian dalam melakukan negosiasi sangat menghindari kesepakatan yang berupa win-lose solution karena hal tersebut hanya akan menyebabkan kerugian, selain itu jika project tersebut tetap dilanjutkan maka hasilnya project yang dikerjakan pun tidak akan berlangsung maksimal bahkan bisa jadi gagal. Hal tersebut dikarenakan jika dalam kasus yang dirugikannya ada pada pihak Bayu Rizky maka sudah jelas, selain kerugian dalam hal harga, dalam hal pengerjaannya pun tidak menutup kemungkinan akan mendapatkan tuntutan diluar konsep yang dibicarakan. Seperti halnya pengubahan gambar, durasi, gaya editing dan lain sebagainya. Dalam negosiasi ini, masing-masing pihak berupaya untuk mencari keuntungan maksimum dan biasanya memaksakan kerugian maksimum ke pihak lain.

Hambatan yang di alami oleh Bayu Rizky Prahadian adalah mengenai standarisasi harga. Klien saat ingin menggunakan jasa videografi tentu menginginkan harga yang relatif terjangkau dan hasil yang memuaskan. Tentu hal tersebut memang sah karena bagaimana pun, seorang klien pasti ingin mencari kualitas dan harga yang sangat baik dalam menggunakan jasa videografi. Akan tetapi dalam kasus ini Bayu Rizky Prahadian sebagai penyedia jasa tentu sudah menyediakan sebuah standarisasi harga yang baik yang sesuai dengan kualitas yang diciptakan. Akan tetapi seringkali terdapat klien yang tidak puas dengan standarisasi harga yang telah dibuat oleh Bayu Rizky Prahadian tersebut. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa klien seringkali menganggap remeh pekerja kreatif, dengan menurunkan standarisasi harga yang telah di tetapkan oleh Bayu Rizky Prahadian. Klien beranggapan bahwa video tersebut mudah untuk dibuat, maka dari itu standarisasi harga yang telah dibuat oleh Bayu

Rizky ditolak oleh klien. Bukan hanya itu saja waktu yang diinginkan oleh klien pun dapat dibidang sangat singkat, yaitu pengerjaan video tersebut ingin dapat dibereskan dalam waktu 2-3 hari. Hal itu menjadi faktor penghambat bagi Bayu Rizky Prahadian dalam melakukan proses lobi dan negosiasi secara integratif yang mana dapat diketahui bahwa dalam negosiasi tersebut Bayu Rizky menginginkan kesepakatan yang sama-sama menguntungkan kedua belah pihak. Tentu saja jika Bayu Rizky menyepakati keinginan klien tersebut maka hasil yang diperoleh akan merugikan Bayu Rizky sendiri.

Untuk mengatasi hal tersebut Bayu Rizky Prahadian membuat sebuah project tersebut menjadi rumit. Dalam hal ini Bayu Rizky Prahadian akan membawa suasana terlebih dahulu kepada klien, maksud dari suasana disini adalah dengan menjelaskan kepada klien bagaimana proses dalam membuat videonya seperti dalam pengambilan gambarnya, dengan situasi cuaca yang bisa saja tidak memungkinkan untuk dapat melakukan pengambilan gambar, proses editing yang memerlukan ketelitian dan lain sebagainya, yang menggambarkan bahwa pengerjaan video tersebut sangat sulit dan tidak bisa dikerjakan secara instan. Diketahui bahwa klien biasanya menginginkan sebuah video tersebut selesai dalam waktu 2-3 hari, hal tersebut tentu sangat sulit dilakukan bagi Bayu Rizky Prahadian, waktu yang pas dalam mengerjakan 1 project yaitu pada kisaran waktu 5-7 hari untuk menghasilkan suatu video dengan kualitas yang mendekati sempurna. Akan tetapi diketahui bahwa klien seringkali tidak mau kalah dalam hal tersebut. Klien tetap ingin video tersebut selesai dalam waktu yang singkat. Pada masalah ini Bayu Rizky Prahadian akan menaikkan standarisasi harga yang jauh lebih tinggi dari standarisasi harga sebelumnya. Dengan begitu klien akan mempertimbangkan kembali mengenai project tersebut dengan setuju atas kenaikan harga yang di tawarkan oleh Bayu Rizky Prahadian atau tetap dalam standarisasi harga tersebut dengan waktu yang lebih lama.

Bayu Rizky Prahadian dalam melakukan lobi dan negosiasinya membutuhkan waktu paling lama yaitu 14 hari kerja, itu merupakan waktu yang cukup lama dalam melakukan negosiasi. Ketentuan waktu tersebut di lakukan karena dalam sebuah project yang sulit yang menciptakan suatu kewaspadaan yang terjadi. Hal ini juga berkaitan seperti apa yang telah dijelaskan sebelumnya dimana klien menginginkan suatu video dengan harga yang murah dan juga pengerjaan yang cepat, hal itu menimbulkan kewaspadaan bagi Bayu Rizky Prahadian dalam mengambil keputusannya. Dengan begitu perlu banyak waktu bagi Bayu Rizky Prahadian dalam mencari solusi yang baik dalam hal tersebut sampai pada akhirnya kedua belah pihak tersebut setuju, sebagai contoh Bayu Rizky Prahadian membuat suatu project menjadi rumit dimana klien pun perlu mempertimbangkan lagi mengenai suatu pengerjaan yang cepat dengan standarisasi harga yang tinggi atau pengerjaan video yang cukup lama dengan standarisasi harga yang terjangkau. Selain itu juga para klien ingin mempertimbangkan lebih lanjut mengenai konsep juga hasil

karya sebelumnya yang telah di buat oleh Bayu Rizky Prahadian. Suatu karya yang telah dibuat sebelumnya memang menjadi salah satu kunci bagi klien dalam keputusannya memilih dari jasa videografer tersebut atau tidak, itu dikarenakan dalam hasil karya video yang telah dibuat akan terlihat jelas dimana gaya dan ciri khas dari seorang videografer dalam membuat suatu karyanya. Banyak klien yang tidak jadi memilih seorang videografer tersebut dikarenakan karya yang telah dibuatnya tidak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien. Maka dari itu klien juga memerlukan waktu yang tidak sebentar sampai akhirnya klien cocok terhadap apa yang telah Bayu Rizky Prahadian tawarkan. Akan tetapi tidak selalu berakhir dalam waktu 14 hari kerja, jika sebuah project tersebut memang mudah dalam artian tidak terlalu banyak permintaan dari klien atau terdapat keberuntungan dimana klien tersebut tidak banyak mempertimbangkan atas apa yang Bayu Rizky Prahadian tawarkan. Maka waktu yang di tempuh dalam melakukan lobi dan negosiasi tersebut hanya berkisar 2-3 hari.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Bayu Rizky Prahadian dalam melakukan strategi dalam proses lobi dan negosiasi terdapat beberapa tahap. Diantaranya yaitu melakukan komunikasi interpersonal dengan klien, hal tersebut dilakukan agar dapat memikat klien dengan baik yang memperlihatkan attitude dan bahasa yang baik. Selain itu Bayu Rizky Prahadian melakukan presentasi kepada klien sekaligus memperlihatkan portofolinya. Hal ini di lakukan agar klien dapat lebih mempertimbangkan dengan baik akan kualitas dari Bayu Rizky Prahadian sebagai penyedia jasa videografi, yang mana hal ini akan berdampak pada kesepakatan nanti. Setelah itu semua Bayu Rizky Prahadian melakukan negosiasi secara integratif. Hal tersebut dilakukan oleh Bayu Rizky Prahadian guna dapat saling mengeluarkan dan mendengarkan pendapat masing-masing. Dengan melakukan negosiasi secara integratif, maka kesepakatan antara Bayu Rizky Prahadian dengan klienpun akan sama-sama mendapatkan keuntungan.

Hambatan yang dihadapi Bayu Rizky Prahadian dalam melakukan strategi lobi dan negosiasi dengan klien, yaitu standarisasi harga yang dijatuhkan oleh klien. Diketahui bahwa Bayu Rizky Prahadian dalam menawarkan jasa videografinya

telah menentukan standarisasi harga yang baik dalam satu project. Akan tetapi klien seringkali menurunkan standarisasi harga tersebut bahkan jauh dari standarisasi harga yang telah ditentukan. Dalam menghadapi hambatan tersebut, Bayu Rizky Prahadian akan membawa suasana terlebih dahulu.

kepada klien dimana project yang dikerjakan tersebut dibuat serumit mungkin. Setelah melakukan hal tersebut klien akan memperbaiki standarisasi harga menjadi lebih baik.

Waktu yang diperlukan dalam melakukan lobi dan negosiasi dengan klien. Dapat diketahui bahwa Bayu Rizky Prahadian membutuhkan waktu paling lama 14 hari kerja. Lama waktu tersebut dikarenakan harus mempertimbangkan berbagai hal seperti konsep, karya yang telah dibuat, dan menentukan harga yang hingga akhirnya cocok dan memperoleh kesepakatan. Akan tetapi tidak selalu berlangsung selama 14 hari kerja, jika project yang di kerjakannya memang mudah dan klien tersebut tidak terlalu mempertimbangkan banyak hal, lama proses tersebut hanyalah sampai 2-3 hari.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afriansyah, JY. 2017. *Hot Deals: High Productive Negotiation Skill*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [2] Anwar, D. F. (1997). *Lobbying dan Nego. Makalah Pada Orientasi Pendalaman Bidang Tugas Ketua-Ketua DPRD Tingkat II SeIndonesia*. Presented at the Jakarta. Jakarta: Badan Diklat Depdagri.
- [3] Jackman. A. 2005. *How To Negotiate : Teknik Sukses Bernegosiasi*. Jakarta: Erlangga.
- [4] Lewicki, Roy. J. et al. 2003. *Negotiation*. New York: McGraw-Hill.
- [5] Lewicki, Roy. J. et al. 2007. *Esentials of Negotiation*, sixth edition. Mc-Graw Hill.
- [6] Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi.
- [7] Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta : GP Press Group
- [8] Sabilillah Mochamad Ismail, Maryani Anne. (2021). *Hubungan Channel Youtube Sam Kolder terhadap Minat Membuat Vidio Travelling*. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 23-28