

# **Strategi Komunikasi Interpersonal Sells Cinema Innovator Dalam Mendapatkan Mitra**

**Shintia Dwi Saputri<sup>1</sup>, Mohammad Insan Romadhan<sup>2</sup>, Bagus Cahyo Shah Adhi  
Pradana<sup>3</sup>**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[shintiadwis17@gmail.com](mailto:shintiadwis17@gmail.com)

## ***Abstract***

*Cinema Innovator is a business engaged in the creative industries as a consultant in making short videos that have been trusted by private schools in Surabaya. Now Cinema Innovator is growing with a good communication strategy in offering products to consumers, using direct communication. The Cinema Innovator team must have appeal as communicators. Based on this, the researcher wants to know how Interpersonal communication strategy Sells Cinema Innovator in getting partners. This study uses a method with a qualitative descriptive approach by collecting data with interviews, observations, and documentation. Informants in this study is a teacher and manager Cinema Innovator. Based on the data and analysis of researchers, it was found that the communication between Cinema Innovator team and partner schools using interpersonal communication is done directly. The results obtained using uncertainty reduction theory that originated from cinema innovator team greet consumers or partners with friendly and then approach by offering the products offered.*

*Keywords: personal selling, Cinema Innovator, communication strategy*

## **Abstrak**

Cinema Innovator merupakan usaha yang bergerak dibidang Industri Kreatif sebagai konsultan dalam pembuatan video pendek yang telah dipercayai oleh sekolah swasta di Surabaya. Kini Cinema Innovator semakin berkembang dengan adanya strategi komunikasi yang baik dalam menawarkan produk kepada konsumen, dengan menggunakan komunikasi secara langsung. Tim Cinema Innovator harus memiliki daya tarik sebagai komunikator. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi komunikasi Interpersonal Sells Cinema Innovator dalam mendapatkan mitra. Penelitian ini menggunakan metode dengan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah Pengajar dan Manager Cinema Innovator. Berdasarkan data dan analisa peneliti maka didapatkan hasil bahwa komunikasi antara Tim Cinema Innovator dengan sekolah mitra menggunakan komunikasi interpersonal yang dilakukan secara langsung. Hasil yang diperoleh menggunakan teori Pengurangan Ketidakpastian yang berawal dari tim cinema innovator menyapa konsumen atau mitra dengan ramah lalu melakukan pendekatan dengan menawarkan produk yang ditawarkan.

Kata Kunci : personal selling, Cinema Innovator, strategi komunikasi

## **Pendahuluan**

Komunikasi pemasaran adalah komunikasi yang dimana mitra/perusahaan melakukan penawaran dengan teknik membujuk, dan menginformasikan kepada konsumen secara langsung atau tidak langsung mengenai produk yang ditawarkan. Menurut (Kusniadji, n.d.) Pemasaran sebagai kegiatan komunikasi yang memiliki tujuan menyampaikan informasi kepada konsumen diberbagai media serta memiliki tahapan yang menjadi perubahan. Komunikasi pemasaran memiliki peran penting untuk memeperkuat strategi pemasaran dalam menarik pasar yang luas. Kegiatan komunikasi pemasaran juga kegiatan yang memperkenalkan, serta menjalin maupun menciptakan interaksi antara mitra dengan konsumen.

Dalam masa kini kegiatan promosi merupakan sangat penting pada suatu aktivitas pemasaran, oleh karena itu promosi yang seharusnya dilakukan ini harus benar-benar tepat sasaran dalam menawarkan atau mengenalkan produk. Gabungan promosi yang merupakan sering digunakan oleh seorang adalah penjualan secara personal atau kata lain individu dikenal sebagai personal selling. Personal Selling menurut (Komunikasi et al., n.d.), ialah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara face to face yang terdapat satu pembeli atau lebih dari satu pembeli yang bertujuan agar meningkatkan penjualan serta menciptakan pengenalan terkait produk yang ditawarkan. Personal Selling sering disebut dengan strategi yang sangat simple dalam melewati proses-proses pemasaran. Perusahaan harus memiliki peran penting dalam proses menawarkan produk agar mudah dikenali dan dapat mengundang perhatian pembeli melalui komunikasi atau interaksi. Salah satu elemen yang mendukung keberhasilan promosi dari personal selling ini adalah komunikasi interpersonal. Menurut (Patriana, 2014) menyatakan bahwa komunikasi Interpersonal ialah cara sangat simple pada upaya menyampaikan sebuah informasi, membujuk, menukarkan pikiran, ataupun menghasut orang lain agar dapat mengubah perilaku dan tingkah laku seseorang. Perusahaan yang menerapkan komunikasi interpersonal dengan menggunakan sistem penjualan personal selling sebagai kegiatan promosi yang dilakukan dalam mengenalkan produk ialah Cinema Innovator Surabaya.

Cinema Innovator merupakan usaha yang bergerak dibidang Industri Kreatif. Poduk Cinema Innovator sendiri adalah sebagai konsultan dalam pembuatan video pendek atau Cinematography. Cinema innovator telah dipercaya oleh 54 sekolah swasta SD, SMP maupun SMA yang ada di Surabaya. Dengan ini membuat Cinema Innovator semakin berkembang. Dalam setiap melakukan promosinya Cinema Innovator melakukan komunikasi secara interpersonal dengan mendatangi sekolah-sekolah swasta yang ada di Surabaya. kegiatan ini dilakukan oleh pengajar dari Cinema Innovator sendiri. Melalui komunkasi interpersonal ini dapat mengetahui tanggapan dari lawan bicara secara langsung serta dapat melihat respon dari ekspresi atau mimik wajah dari lawan bicaranya, dengan itu komunikasi Interpersonal sangat diperlukan. Tugas pengajar dari Cinema Innovator harus mampu menarik perhatian dari pihak sekolah agar tertarik dan mau bekerja sama, melalui kemampuan komunikasi dalam menjelaskan serta menawarkan kelebihan produk perusahaan.

## **Teori Pengurangan Ketidakpastian**

Pada penelitian ini menggunakan Teori Pengurangan Ketidakpastian (*Uncertainty Reduction Theory*). Teori ini menjelaskan proses dasar tentang bagaimana kita mengenal orang lain. (Charles Berger,1987). Teori Pengurangan ketidakpastian ini mengajarkan kita untuk mengenal orang lain atau orang asing dengan cara-cara yang simple mulai dari mengetahui karakter, sikap, ataupun perilakunya. Untuk meraih informasi mengenai diri orang lain terdapat strategi yang diperlukan yaitu strategi interkatif. Srategi Interaktif mencakup kegiatan perkenalan diri yang merupakan strategi sangat penting untuk meraih informasi secara langsung dengan konsumen.

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan konsep-konsep strategi komunikasi interpersonal sells mulai dari bagaimana cara berkomunikasi dengan baik secara langsung dengan lawan bicaranya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar dapat mengetahui lebih dalam terkait Strategi Interpersonal Sells yang dilakukan Cinema Innovator dalam mendapatkan mitra. Cinema Innovator sendiri menerapkan dalam melakukan promosi atau pemasarannya sangat menarik dengan secara langsung dan menjangkau seluruh sekolah swasta yang ada di Surabaya, yang menjadikan peran penting dalam memperluas pasar dengan menawarkan produknya kepada pihak sekolah swasta.

## **Metode Penelitian**

### **Jenis Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang dimana menggunakan data deskriptif dengan menggunakan kata tertulis atau lisan dari orang yang diamati peneliti. Jenis penelitian menggunakan deskriptif, yang dimana menggambarkan atau menganalisa dari hasil penelitian. Subjek dari penelitian ini adalah Manager dan Pengajar Cinema Innovator dan Objek dari penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Interpersonal Sell Cinema Innovator.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Peneliti menggunakan data primer dalam pengumpulan data yang diperoleh langsung dilapangan melalui wawancara secara langsung dengan informan agar memperoleh data yang valid untuk mengumpulkan informasi mengenai strategi komunikasi interpersonal selling yang dilakukan Cinema Innovator. Peneliti juga menggunakan data sekunder dalam pengumpulan data berupa data data informasi tambahan dari internet seperti jurnal ataupun buku, dan juga terdapat dokumentasi sebagai pelengkap data.

### **Teknik Analisis Data**

Peneliti menggunakan analisis data dari pengumpulan data yang didapatkan melalui wawancara dengan narasumber, kemudian dirangkum dan dipilih data-data yang akan dipaparkan dalam bentuk deskripsi untuk memahami fenomena penelitian, lalu Langkah selanjutnya dari uraian dan deskripsi yang telah dipaparkan peneliti dapat dengan mudah memahami data yang kemudian data tersebut dianalisa untuk penarikan kesimpulan berupa hasil temuan peneliti.

## **Hasil dan Pembahasan**

Cinema Innovator menggunakan teknik personal selling yaitu kegiatan penjualan dengan menawarkan produk langsung kepada mitra atau sekolah swasta, promosi tidak dilakukan melalui iklan dimedia cara team pengajar Cinema Innovator dalam menyampaikan pesan promosi ke sekolah mitra dengan menyiapkan materi presentasi ke sekolah mitra agar dapat menarik minat calon anak didik dan memudahkan anak didik memvisualisasikan keasikan eskul sinematografi. tim cinema innovator harus bersikap ramah dan professional dalam berinteraksi kepada pihak sekolah mitra agar mendapat citra yang positif yang membuat pihak sekolah pasti akan berkerja sama dengan pihak cinema. para pengajar akan mulai berinteraksi dengan pihak sekolah jika mendapat konfirmasi dari tim marketing yang sudah mendapat persetujuan dari pihak sekolah yang pernah bermitra atau yang belum berkerja sama biasanya interaksi di bulai awal dan akhir semester dan membagi proses kerja ke seluruh pengajar.terkadang saat menemui sekolah baru tim cinema innovator cabang Surabaya merasa canggung dalam memulai adaptasi karena harus bisa mengikuti latar belakang sekolah dan kebiasaanya dan memilih pengajar yang pas untuk mengajar di sekolah tersebut. proses mencari sekolah mitra

sangat Panjang karena sering terjadi hambatan miskomunikasi antar penghubung cinema innovator dan sekolah calon mitra.

Dalam pembahasan peneliti akan memaparkan hasil penelitiannya tentang strategi komunikasi interpersonal yang menjual produk jasa cinema innovator untuk menarik mitra dengan mengacu pada rumusan masalah dan fokus penelitian tersebut di atas. Cinema Innovator adalah perusahaan jasa Sinematografi yang bekerjasama dengan sekolah-sekolah swasta di Surabaya. Dengan cara ini, kami membangun komunikasi pemasaran yang berbeda dari perusahaan lain yang menjual produk melalui iklan cetak dan televisi. Cinema Innovator menjual produknya melalui pemasaran tatap muka dengan konsumen. Kegiatan komunikasi pemasaran ini dilakukan Tim Cinema Innovator dengan calon konsumen atau sekolah swasta di Surabaya. Pada kenyataannya tidak semua mitra mengetahui bagaimana memenuhi kebutuhannya, Hal ini menunjukkan adanya ketidakpastian antara tim Cinema Innovator dengan mitra. Strategi interaktif bergantung pada komunikasi langsung dengan orang lain ini. 1.Mencari Calon mitra, tim marketing cinema innovator berkerja sama untuk menuju ke sekolah sekolah mitra 2. Proses Pendekatan, jika telah mendapatkan calon mitra, tim marketing harus menjalin hubungan untuk membangun kepercayaan dengan bersikap professional sopan dan ramah dan mempresentasikan proposal cinema innovator. 3.Presentasi, Pada tahap ini, memebrikan jadwal untuk demo eskul yang akan menyesuaikan pengajar mana atau tim apa yang presentasi di sekolah mitra saat demo eskul tim yang akan melakukan presentasi menyiapkan bahan presentasi dan hasil karya anak didik sebelum nya untuk di tunjukan sekolah dan memberikan gambaran bahwa anak didik bisa menjadi cinematographer sekolah mereka dan menjadi artis di sekolah mereka.4.Tindak Lanjut dan Pemeliharaan, tim marketing sudah berkerja dalam mencari sekolah dan melakukan presentasi di bagian ini tugas berat bagi para pengajar untuk memberikan hasil maksimal terhadap sekolah mitra 5.Penutupan Presentasi, pada saat presentasi, tim marketing harus bisa menentukan apakah sekolah mitra yang sudah berkerja sama telah melakukan proses pembayaran dan menilai hasil kerja tim cinema biasanya proses ini terjadi di semester akhir pembelajaran, kegiatan dilakukan dengan hati-hati karena mempengaruhi keputusan mitra dalam berkerja sama.

Menurut tim Cinema Innovator, mitra merasa senang karena dari cara komunikasi yang ramah dan menyenangkan, sehingga membuat daya tahan tarik, Setelah perhatian dari konsumen sudah tertuju selanjutnya menawarkan program pembelajaran cinema innovator. Tim cinema innovator menjadikan informasi produk jasa sebagai satu hal yang penting dikarenakan konsumen merupakan komunikan aktif yang bertanya langsung mengenai kegiatan eskul cinema. Dapat dilihat hasil karya anak didik yang telah diperoleh akan menjadikan panutan oleh anak didik atau siswa siswi yang lain., dan itulah yang diperlukan oleh seorang tim Cinema Innovator yang terdiri dari pengajar dan marketing Cinema Innovator yang memiliki sikap responsif dalam menjawab pertanyaan dari mitra, dan juga perhatian terhadap konsumennya.

Mengacu pada hal tersebut dan pada hasil penelitian, tim marketing membina hubungan baik dengan konsumen dengan menganggap mereka sebagai teman bahkan keluarga. tim marketing berusaha berempati dan peka terhadap konsumen jadi bisa tahu sikap apa yang harus dilakukan dan bagaimana caranya menanggapi konsumen dengan baik. Hal tersebut pun diakui oleh konsumen bahwa cara penawaran tim marketing lebih menarik dari eskul lainnya. Adapun event-event yang diadakan untuk membangun keakraban dengan konsumen yaitu masih sama yaitu program cinema week.

### **Penerapan Strategi Komunikasi Intepersonal Sells Cinema Innovator**

Tim Cinema Innovator juga menggunakan strategi interaktif dalam menawarkan produknya, melalui informasi yang ditawarkan secara langsung dengan konsumen. Hal ini bertujuan untuk

menganalisa kepribadian ataupun sikap konsumen. Produk yang ditawarkan disampaikan melalui proposal yang kemudian dijelaskan kembali kegunaan dan kelebihan produk. tersebut, cara menggunakannya juga sambil membujuk dan merayu konsumen. Dengan memberikan solusi seperti itu konsumen pun merasa terbantu karena konsumen butuh dengan produk tersebut. Dan walaupun ada penolakan tim Cinema Innovator akan meninggalkan kartu nama ataupun brosur agar konsumen yang berubah pikiran nantinya bisa menghubungi kembali. Pesan yang disajikan oleh tim cinema innovator dalam hal memilih metode atau cara menawarkan poduk kepada konsumen melalui analisis kebutuhan konsumen merupakan bagian dari perencanaan sebuah strategi komunikasi.

## **Penutup**

### **Kesimpulan**

Untuk menyajikan pesan dalam arti memilih metode untuk menawarkan sekolah-sekolah yang terdekat terlebih dahulu. Dikarenakan akan lebih mudah untuk menganalisis kebutuhan dari sekolah mitra itu sendiri. Selain itu juga tim marketing Cinema Innovator juga memanfaatkan peluang dari kegiatan mereka sehari-hari seperti halnya apa saja ekstrakurikuler yang sudah terdapat di sekolah mitra tersebut, dan dunia cinematography saat ini banyak penggemarnya tidak hanya anak remaja saja melainkan juga anak-anak sekolah dasar. Seperti suka dalam pengambilan gambar ataupun video lalu diedit menjadi video pendek.

Tim Cinema Innovator memiliki kepribadian yang supel, ramah dan menyenangkan. Walaupun awalnya tidak semua pandai berkomunikasi akan tetapi Tim Cinema Innovator memberikan training-training untuk mengarahkan bagaimana cara berkomunikasi dengan konsumen sekolah mitra dan juga bagaimana cara menghadapi konsumen dengan baik. Tim Cinema Innovator menganggap konsumen sebagai teman mereka berusaha untuk selalu mendengarkan kebutuhan atau keluhan dari konsumen.

### **Saran**

Memperdalam lagi terkait strategi komunikasi interpersonal dengan cara banyak membaca buku yang membahas strategi komunikasi interpersonal. Mahasiswa harus peka terhadap masalah yang berkembang. Cinema innovator seharusnya meningkatkan pengenalan brand melalui media sosial, agar karya siswa dapat di publish, tetapi proses pengenalan ini memiliki dampak jangka panjang pada citra dan produk perusahaan.

### **Daftar Pustaka**

Komunikasi, J., Bisnis, D., Ester, O. S., Deavvy, J., & Johassan, M. R. Y. (n.d.). *PROSES PERSONAL SELLING PRODUK INDUSTRI PERTANIAN PT. RUMAH BIO INDONESIA*.

Kusniadji, S. (n.d.). *Suherman Kusniadji: Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang) Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods (Studi Kasus Pada PT Expand Berlian Mulia Di Semarang)*.

Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal Yang Berlangsung Antara Pembimbing Kemasyarakatan Dan Keluarga Anak Pelaku Pidana Di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development* □ Volume V, V(2), 203.