

**FAKTOR - FAKTOR YANG BERPERAN
DALAM PENCAPAIAN KESEPAKATAN NEGOSIASI
EVENT ORGANIZER DALAM MENDAPATKAN
KLIEN PAMERAN MENURUT ANN JACKMAN
(Penelitian Deskriptif Kuantitatif Peserta Pameran
“Bangun Rumah” di Ambarrukmo Plaza)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

oleh

**IBNU WIBOWO
07 09 03205 / Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2012**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ibnu Wibowo
Nomor Mahasiswa : 07 09 03205
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya tulis : FAKTOR - FAKTOR YANG BERPERAN DALAM
PENCAPAIAN KESEPAKATAN NEGOSIASI *EVENT*
ORGANIZER DALAM MENDAPATKAN PESERTA
PAMERAN MENURUT ANN JACKMAN (Penelitian
Deskriptif Kuantitatif Peserta Pameran “Bangun
Rumah” di Ambarrukmo Plaza)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 17 September 2012

Saya yang r:




Ibnu Wibowo

HALAMAN PERSETUJUAN

**FAKTOR - FAKTOR YANG BERPERAN
DALAM PENCAPAIAN KESEPAKATAN NEGOSIASI
EVENT ORGANIZER DALAM MENDAPATKAN
KLIEN PAMERAN MENURUT ANN JACKMAN**

(Penelitian Deskriptif Kuantitatif Peserta Pameran

“Bangun Rumah” di Ambarrukmo Plaza)

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

disusun oleh :

IBNU WIBOWO

07 09 03205

disetujui oleh :

F. ANITA HERAWATI, M.SI

Dosen Pembimbing

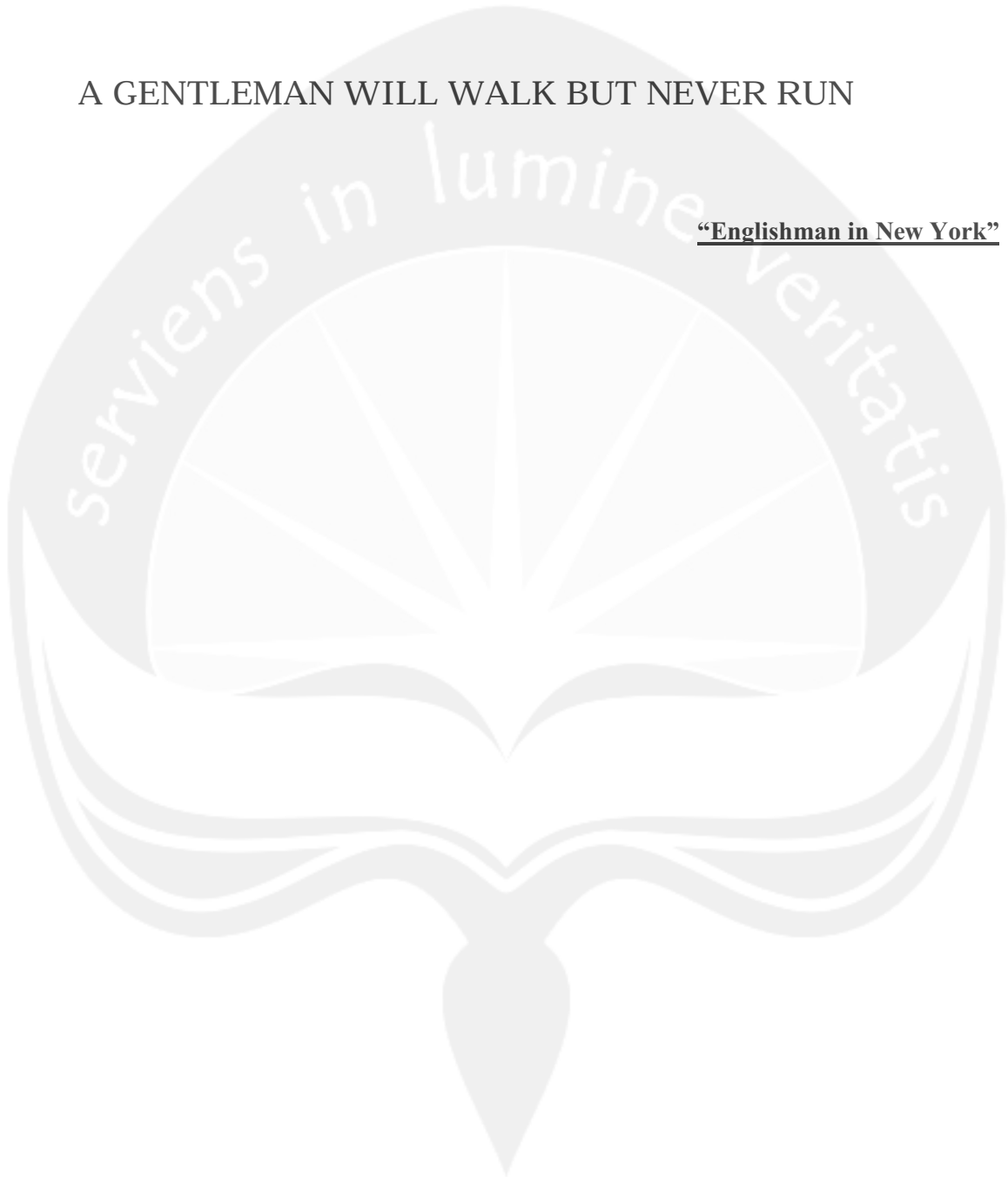
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN MOTTO

A GENTLEMAN WILL WALK BUT NEVER RUN

“Englishman in New York”



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : FAKTOR - FAKTOR YANG BERPERAN DALAM PENCAPAIAN KESEPAKATAN NEGOSIASI EVENT ORGANIZER DALAM MENDAPATKAN KLIEN PAMERAN MENURUT ANN JACKMAN (Penelitian Deskriptif Kuantitatif Peserta Pameran “Bangun Rumah” di Ambarrukmo Plaza)

Penyusun : Ibnu Wibowo

NIM : 070903205

Telah diuji dan dipertahankan di Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : 17 September 2012

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Fisip UAJY

TIM PENGUJI

F. Anita Herawati, M.Si
Penguji Utama

Dhyah Ayu Retno Widiastuti, S.Sos, M.Si
Penguji I

Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA
Penguji II



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul ‘FAKTOR - FAKTOR YANG BERPERAN DALAM PENCAPAIAN KESEPAKATAN NEGOSIASI *EVENT ORGANIZER* DALAM MENDAPATKAN PESERTA PAMERAN MENURUT ANN JACKMAN (Penelitian Deskriptif Kuantitatif Peserta Pameran “Bangun Rumah” di Ambarrukmo Plaza)’

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu memberikan pengarahan, bimbingan, serta motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, atas penyertaan-NYA selama saya mengerjakan proposal, penelitian dan penyelesaian skripsi ini.
2. Keluarga tercinta yang selalu mendukung dan mendoakan saya.
3. Ibu Anita, sebagai dosen pembimbing dan dosen yang saya kagumi serta dosen favorit saya yang dengan sabar membimbing dan berkonsultasi setiap minggu. ”terima kasih.. Bu Anita”
4. Dosen penguji. Terima kasih atas revisi ujiannya demi kesempurnaan penelitian ini.
5. PT.Mavindo Pratama Yogyakarta yang memberikan saya kesempatan dalam penelitian.
6. Similikiti (Maria Siska) yang setia membantu dan menemani proses pembuatan skripsi dari awal hingga akhir, “terima kasih”
7. Mas Bowo (*Operational event*) yang memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran selama penelitian.
8. Mbak Nuri (*markom event*) yang sangat membantu memberikan banyak penjelasan terutama dalam teori dan juga tentang kasus – kasus di lapangan.
9. Mbak Desy (*marketing*) yang selalu semangat pada waktu *loading* pameran.

10. Mbak Siska (*accounting*) yang memberikan data dan pelajaran tentang cara membuat budgeting dengan praktis.
11. Pak Mamat (*OB*) yang setia membantu kebutuhan di kantor dan selalu perhatian dengan semua karyawan.
12. Pak Mail (*Skatindo*) yang memberikan pelajaran mengenai sistem partisi pameran.
13. Mas Yoko Skatindo
14. Klien – klien pameran bangun rumah yang humoris dan ramah.”Terima kasih semua”
15. Aji, Riky, Alfren, Arab dan teman-teman FISIP khususnya angkatan 2007 yang saya kenal maupun yang mengenal saya. “Terima kasih banyak atas semuanya, terima kasih atas pengalaman dan kebersamaannya.”
16. Ewin, Ucil, Bani, Nopek, Mas Hendrik, Heris, Yoga, Odit, Fajri, Faro, Gede Kost Tiada Tara yang banyak mengganggu dan menghibur dalam penyelesaian laporan.
17. Bapak angkringan samping kos.
18. Burjo TT.
19. Semua pihak yang turut membantu maupun memberikan motivasi yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu per satu, sekali lagi terima kasih atas bantuannya dan semoga Tuhan membalas kebaikan kalian.
Amin.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima masukan dan kritikan dari semua pihak yang membaca skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya

Yogyakarta, 17 September 2012

Penulis

Ibnu Wibowo

DAFTAR ISI

Halaman Judul	<i>i</i>
Halaman Persetujuan.....	<i>ii</i>
Halaman pengesahan.....	<i>iii</i>
Halaman Motto	<i>iv</i>
Halaman Pernyataan	<i>v</i>
Kata Pengantar.....	<i>vi</i>
Daftar Isi	<i>viii</i>
Daftar Tabel	<i>x</i>
Daftar Grafik.....	<i>xi</i>
Daftar Gambar.....	<i>xii</i>
Daftar Lampiran	<i>xiii</i>
Abstrak.....	<i>xiv</i>
BAB I Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kerangka Teori.....	7
1. Komunikasi persuasif.....	7
2. Teori Pertukaran Sosial	9
3. Negosiasi.....	11
4. Event pameran	16
F. Definisi Konsep.....	23
G. Definisi Operasional.....	28
H. Metodologi Penelitian.....	36
BAB II DESKRIPSI OBYEK DAN WILAYAH PENELITIAN.....	43
A. PT. Mavindo Pratama	43
1. Sejarah.....	43
2. Visi dan misi.....	44

3. Divisi.....	45
4. Penghargaan.....	49
5. Klien.....	49
B. PAMERAN ‘BANGUN RUMAH’.....	50
BAB III Analisis Data dan Interpretasi Data.....	55
A. Analisis Data.....	55
1. Uji Validitas.....	55
2. Uji Reliabilitas.....	57
3. Distribusi Frekuensi.....	57
B. Pembahasan	73
BAB IV Kesimpulan dan Saran.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	81
Daftar Pustaka.....	83
Lampiran	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner.....	55
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner yang Valid	57
Tabel 3. Distribusi Karakteristik Responden	58
Tabel 4. Distribusi Variabel Pameran.....	60
Tabel 5. Distribusi Variabel <i>Event Organizer</i>	61
Tabel 6. Distribusi Variabel Negosiasi Pameran.....	62
Tabel 7. Prioritas Pameran Secara Umum.....	72

DAFTAR GRAFIK

Grafik. 1. Faktor Faktor Penentuan Keberhasilan <i>Event</i> Marketing.....	4
Grafik. 2. Gambaran Tingkat Kepentingan Masing-Masing Penelitian.....	65
Grafik. 3. Gambaran Prioritas Harga <i>stand</i> pameran.....	66
Grafik. 4. Gambaran Prioritas Lokasi <i>venue</i> (tempat pameran).....	66
Grafik. 5. Gambaran Prioritas Lokasi stand pameran.....	67
Grafik. 6. Gambaran Prioritas Fasilitas pameran yang diberikan.....	67
Grafik. 7. Gambaran Prioritas Sistem pembayaran.....	68
Grafik. 8. Gambaran Prioritas Keamanan barang pameran.....	69
Grafik. 9. Gambaran Prioritas Waktu persiapan.....	69
Grafik. 10. Gambaran Prioritas listrik.....	70
Grafik. 11. Gambaran Prioritas Tema pameran.....	70
Grafik. 12. Gambaran Prioritas Promosi yang digunakan.....	71

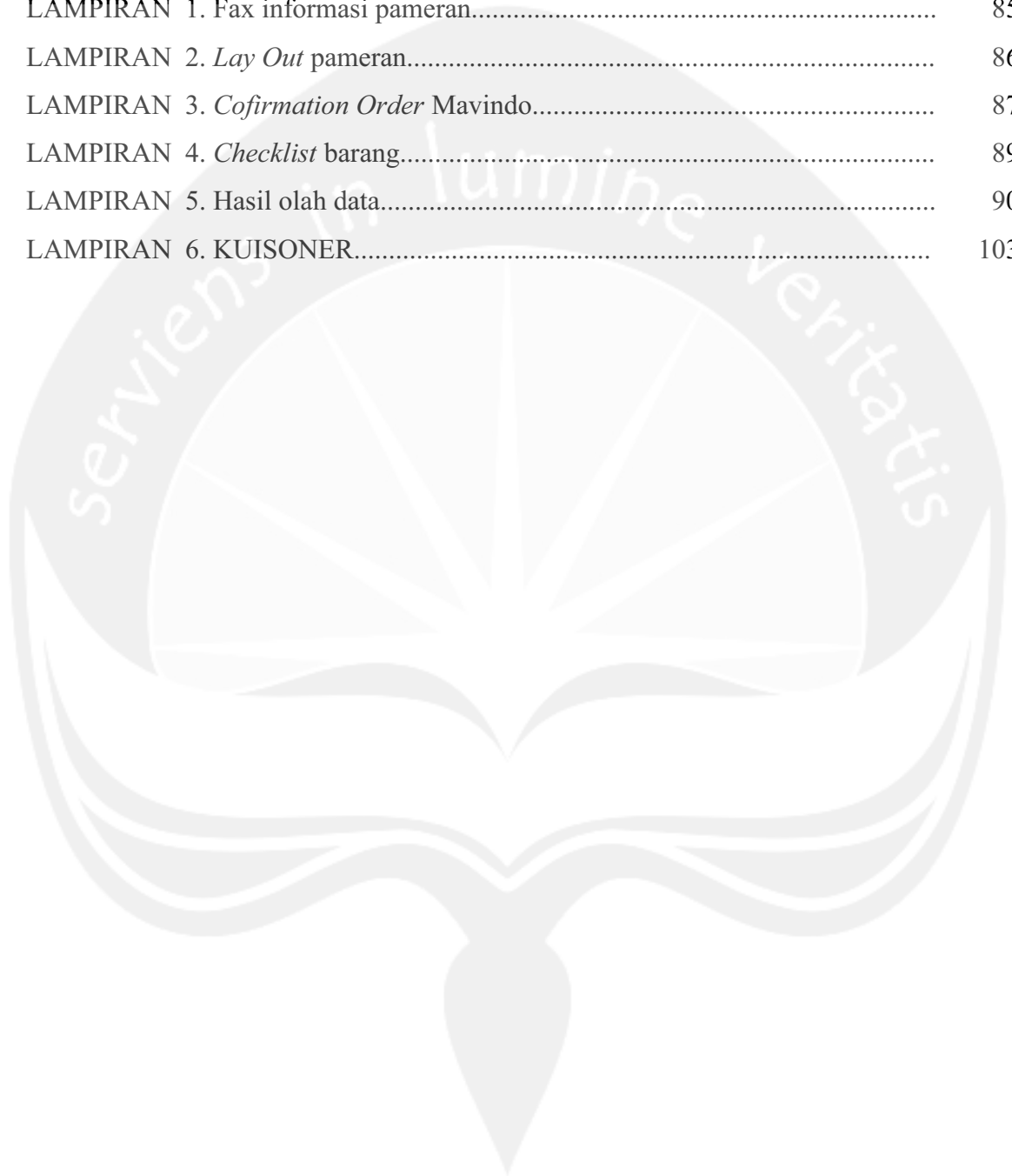
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Proses negosiasi.....	15
---------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Fax informasi pameran.....	85
LAMPIRAN 2. <i>Lay Out</i> pameran.....	86
LAMPIRAN 3. <i>Cofirmation Order</i> Mavindo.....	87
LAMPIRAN 4. <i>Checklist</i> barang.....	89
LAMPIRAN 5. Hasil olah data.....	90
LAMPIRAN 6. KUISONER.....	103



ABSTRAKSI

Negosiasi adalah usaha untuk mencapai kesepakatan dengan lawan negosiasi sehingga bisa tercapai suatu tujuan bersama. Negosiasi dalam bidang pameran merupakan faktor yang berperan bagi penyelenggara pameran untuk mendapatkan klien yang juga sebagai calon peserta pameran. Negosiasi merupakan proses komunikasi antar lebih dari satu pihak untuk dapat menyalurkan keinginan atau kebutuhan baik individu maupun kelompok.

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi tentang faktor – faktor yang berperan dalam kesepakatan negosiasi *event organizer* dalam mendapatkan peserta pameran yang diadakan di Ambarrukmo Plaza. Kegiatan penelitian ini dimulai dari teori – teori yang berhubungan dengan penelitian antara lain komunikasi persuasif; teori pertukaran sosial; negosiasi; dan *event* pameran. Selanjutnya dari teori tersebut dihasilkan beberapa variabel yang akan diteliti, penelitian ini menggunakan kuisioner untuk pengumpulan data yang akan diolah. Data kuisioner didapat dari membagi kuisioner secara langsung pada pameran yang diadakan pihak EO secara langsung di lapangan. Data penelitian ini menggunakan total sampel sebanyak 41 dari 21 perusahaan peserta pameran yang dijadikan responden penelitian. Data kemudian diolah menggunakan program *SPSS 15.0 for Windows* dengan menggunakan teknik analisis deskriptif dan distribusi frekuensi. Hasil olah data kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui gambaran faktor – faktor negosiasi yang berperan dalam sebuah pameran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor – faktor negosiasi yang terdapat dalam teori sebelumnya antara lain waktu persiapan yang memadai; sasaran yang jelas; pengetahuan tentang pokok permasalahan; informasi mengenai lawan negosiasi; strategi negosiasi yang jelas; taktik negosiasi yang tepat; sikap saling menghormati; keterampilan komunikasi; sikap terbuka; sikap konstruktif dalam menangani setiap konflik; kemauan untuk berkompromi sehingga tercipta fleksibilitas yang memuaskan semua pihak; tercapainya hasil dan kesepakatan yang jelas disertai pencatatan; dan kesepakatan yang benar - benar dilaksanakan. Faktor – faktor keberhasilan negosiasi yang disebutkan dalam buku Ann Jackman yang berjudul ‘How To Negotiate, Teknik Sukses Bernegosiasi’ merupakan faktor yang dianggap berperan penting. Hasil penelitian ini menunjukkan peserta pameran menganggap bahwa negosiasi merupakan salah satu proses persiapan untuk ikut serta pada kegiatan pameran, penyaluran keinginan serta dengan adanya negosiasi akan mengurangi resiko curiga atas adanya penipuan kerjasama pameran dan menimbulkan kepercayaan kepada pihak penyelenggara maupun calon peserta pameran.

Kata kunci : Negosiasi, Komunikasi persuasif, *event*, pameran, *event organizer* (EO)