

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia *entertainment* merupakan dunia hiburan baik berupa kata-kata, tempat, benda, perilaku yang dapat menghibur. Pada umumnya hiburan bisa berupa film, opera, drama, musik dan olahraga. Terdapat bagian-bagian tertentu yang dapat membuat suatu *project* dapat berjalan dengan lancar seperti pada film layar lebar, sinetron, series, iklan, *ftv* dan *photoshoot*. Yaitu terdapat *Agency* dan koordinator lapangan (korlap). *Agency* bertugas mencari pemain peran, *extras* atau *talent*. koordinator lapangan bertugas menjaga pemain pada saat *shooting* berlangsung hingga selesai. Peran *Agency* khusus mencetak dan menerbitkan artis dari usia dini hingga dewasa untuk menjadi aktor dan artis di dunia akting sinetron, series, film layar lebar, modeling seperti *catwalk*, bintang iklan, video klip, pemotretan, dan menjadi penyanyi serta presenter (Suryanto, 2016).

Entertainment saat ini sangat luas dan modern diperlukan pengelolaan dan strategi yang bagus untuk melaksanakan pekerjaan yang baik dan sesuai dengan rencana. (Pearce & Robinson, 2011) mengatakan bahwa strategi adalah sebuah rencana yang berskala besar dengan berorientasi pada masa depan, dengan tujuan untuk berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan melaksanakan pengelolaan yang baik dapat dengan mudah melakukan sesuatu hal kedepannya, terutama bagi *Joey Agency* dengan menggunakan media sosial seperti *whatsapp* dan *instagram* sebagai media untuk menyebarkan informasi jika dibutuhkan pemain peran, *extras* dan *talent* melalui *broadcast*.

(Amstrong, 2007) mendefinisikan bahwa *customer relationship management* merupakan keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan konsumen yang dapat menguntungkan dengan menghantarkan nilai dan kepuasan konsumen yang unggul (Rahmawati et al., 2019). *Customer relationship management* pada hakikatnya merupakan suatu proses melalui sebuah komunikasi. Komunikasi yang baik akan tercipta apabila sebuah perusahaan dapat memberikan pelayanan sebaik-baiknya terhadap para konsumennya. Tanpa adanya *customer relationship management* pada sebuah

perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan, maka proses komunikasi kepada para pelanggannya tidak akan berjalan mulus. *Customer relationship management* yang dilakukan oleh Joey Agency dalam membangun hubungan dengan konsumen sangatlah penting dalam upaya memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang pelanggan harapkan agar timbulnya kepuasan seperti kepercayaan rumah produksi (*production house*) kepada Joey Agency dalam mencari *talent* yang berkualitas.

Pada bidang perfilman *entertainment* terdapat banyak Agency didalamnya tidak hanya Joey Agency yang berperan menjadi Agency, terdapat beberapa Agency lain seperti Putri Agency, Duffy Agency, Azka Agency dan lain sebagainya. Tetapi peneliti tertarik dengan Joey Agency karena dengan keahlian dalam berperan sebagai Agency seperti mencari pemain peran, *extras* dan *talent* yang baik dan berkualitas, hal tersebut yang membuat Joey Agency memiliki peran Agency yang unggul dengan Agency lainnya. Maka bagaimana Joey Agency dalam menciptakan pengelolaan hubungan dengan rumah produksi (*production house*) sehingga beberapa rumah produksi (*production house*) sangat percaya terhadap Joey Agency.

(Kotler, 2012) mendefinisikan bahwa pemasaran jasa merupakan pemenuhan kebutuhan manusia, lingkup sosial, serta memenuhi kebutuhan dengan cara menguntungkan. Pemasaran jasa merupakan disiplin ilmu yang masih relatif baru, pemasaran jasa sebagai penghubung antara organisasi dengan konsumennya, peran penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada pasar. Jasa Joey Agency bergerak pada dunia hiburan yang merekrut bintang muda atau *talent* baru yang berminat pada dunia hiburan dan keartisan. Agency sangat mempengaruhi guna berjalanya sebuah *project shooting* perfilman dan lain sebagainya, karena tugas Agency untuk mencari pemain-pemain yang akan bermain pada *project* tersebut. Joey Agency adalah salah satu Agency yang sudah berjalan sejak tahun 2008 awal karir pada dunia *entertainment* dengan memulai dari bawah yaitu pemain harian hingga menjadi menjadi Agency pada awal 2011. Dengan awal berkarir sebagai pemain harian terus berkembang sehingga menjadi Agency membutuhkan waktu yang tidak sebentar dan mendapatkan rintangan yang banyak sehingga menjadi Agency sampai saat ini dan Joey Agency memiliki bawahan yaitu koordinasi lapangan.

Joey Agency sudah menghasilkan banyak *talent* yang beberapa dari mereka sudah lolos film layar lebar, series, sinetron, iklan, *ftv* dan *photoshoot* (Joeyentertainment, 2022). *Talent* adalah individu yang dikenal masyarakat luas baik karena kredibilitas atau daya tarik mereka Omer Farooq (dalam Margono, 2010). *Talent* yang dimiliki oleh Joey Agency diantaranya Rini 24 tahun, Marsella 28 tahun, Fanny 25 tahun, Rangga 23 tahun, Adit 12 tahun, dan lain sebagainya. Mereka semua belum terlalu terkenal tetapi *talent* yang sering lolos pada iklan. Hal tersebut membuat Joey Agency harus memiliki lebih banyak relasi dan menghasilkan *talent-talent* yang berkualitas agar dapat dipercaya oleh rumah produksi (*production house*). Film layar lebar, series, sinetron, iklan, *ftv*, *photoshoot* dan lain sebagainya, merupakan salah satu *project* rumah produksi (*production house*) sehingga keberhasilan sebuah *project* perfilman mengidentifikasi keberhasilan rumah produksi (*production house*) dalam menghasilkan karya. Karya yang dihasilkan oleh rumah produksi (*production house*) lahir dari karya intelektual seseorang sehingga menghasilkan manfaat ekonomi yang memberikan konsep kekayaan terhadap karya intelektual tersebut (Margono, 2010).

Menurut Laksono rumah produksi (*production house*) adalah sebuah badan usaha yang mempunyai organisasi dan keahlian dalam memproduksi program-program audio dan audio visual untuk disajikan kepada masyarakat, baik secara langsung maupun melalui *broadcasting* (Ayuningtyas, 2008). Rumah produksi (*production house*) di Indonesia seperti Kharisma Starvision, Frame Ritz, dan Screenplay Films. Rumah produksi (*production house*) tersebut merupakan rumah produksi (*production house*) yang sudah bekerjasama dengan Joey Agency. Hasil pra riset peneliti dan pada akhir tahun 2022 Joey Agency bekerja dengan rumah produksi (*production house*) Falcon Picture. Lamanya kerjasama dengan rumah produksi (*production house*) tergantung kesepakatan dua belah pihak dalam menentukan waktu lamanya dalam bekerjasama bisa dalam satu judul dari awal sampai selesai atau setengah perjalanan *project*, sedangkan seperti iklan atau *photoshoot* akan bekerjasama dalam satu kali *project* hingga selesai.

Mowen & Minor (dalam Firmansyah, 2021) menyatakan kepuasan konsumen merupakan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Hal

tersebut merupakan penilaian pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa tersebut (Firmansyah, 2021). Untuk mendapatkan kepercayaan rumah produksi (*production house*) pada sebuah *entertainment* tidak mudah karena harus memiliki pengalaman lapangan, kinerja yang baik dan menghasilkan *talent-talent* yang sesuai diinginkan oleh rumah produksi (*production house*). Joey Agency tidak mudah untuk mendapatkan banyak kepercayaan terutama dari beberapa rumah produksi (*production house*) yang sudah bekerjasama, Joey Agency harus siap bertanggung jawab atas semua kesepakatan dan hal-hal yang akan berjalan kedepan sesuai dengan kesepakatan. Dan Joey Agency harus *profesional* dalam menjalankan tugas atau tanggung jawab dalam mencari *talent*.

Dengan latar belakang tersebut penelitian ini akan membahas bagaimana pengelolaan hubungan konsumen Joey Agency dalam membangun kepercayaan kepada rumah produksi (*production house*) dengan berbagai masalah yang ada bagaimana cara mencari dan memberikan *talent* yang baik, menciptakan relasi yang luas, dan menciptakan kinerja yang baik di mata rumah produksi (*production house*) sehingga membangun sebuah hubungan kerja yang berkelanjutan. Untuk membangun kepercayaan rumah produksi (*production house*) tidak mudah karena mereka menginginkan pemain yang sesuai kriteria, berkualitas, enak dipandang, dan berpengalaman. Maka penelitian ini diberi judul “**Pengelolaan Hubungan Konsumen Joey Agency Dalam Membangun Kepercayaan *Production House* (PH)**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengelolaan hubungan konsumen Joey Agency dalam membangun kepercayaan kepada rumah produksi (*production house*)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan hubungan konsumen Joey Agency dalam membangun kepercayaan kepada rumah produksi (*production house*).

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi *referensi* dalam upaya pengembangan wawasan akademis terutama dalam bidang pengelolaan hubungan konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan bermanfaat bagi masyarakat dan para *Agency* dalam membangun kepercayaan terhadap rumah produksi (*production house*).