

SKRIPSI

**PERSONAL SELLING ACCOUNT EXECUTIVE DALAM MENARIK
CALON PENGIKLAN DI RADIO PRAMBORS 95,8 FM YOGYAKARTA**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun oleh :

SHINTA

20010530005

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2011

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
F. Kajian Teori	7
1. <i>Personal Selling</i>	7
a. Pengertian <i>Personal Selling</i> (Penjualan Pribadi).....	7
b. Tenaga Penjual dalam <i>Personal Selling</i>	11
c. Sifat-sifat <i>Personal Selling</i>	12

d.	Bentuk-bentuk <i>Personal Selling</i>	13
e.	Proses Penjualan <i>Personal Selling</i>	16
f.	Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan <i>personal selling</i>	17
2.	<i>Account Executive</i>	20
a.	Pengertian <i>Account Executive</i>	20
b.	Strategi <i>Account Executive</i> di dalam Mempertahankan Klien.....	22
c.	Peran <i>Account Executive</i> dalam Sebuah Biro Iklan.....	22
3.	Komunikasi Interpersonal	23
a.	Pengertian Komunikasi Interpersonal.....	23
b.	Karakteristik–Karakteristik Efektivitas Komunikasi Interpersonal	24
c.	Faktor-faktor yang Menyebabkan Komunikasi Interpersonal	29
4.	Kredibilitas Komunikator	30
G.	Metode Penelitian	31
1.	Jenis Penelitian.....	31
2.	Sifat Penelitian	32
3.	Pemilihan Lokasi Penelitian	32
4.	Teknik Pengumpulan Data.....	33
5.	Unit Analisis	36
6.	Teknik Analisis Data.....	37
7.	Teknik Analisa Kualitatif.....	38
H.	Sistematika Pembahasan	39

BAB II GAMBARAN UMUM RADIO PRAMBORS 95,8 FM	
YOGYAKARTA	41
A. Sejarah Radio Prambors Jogja 95,8 FM	41
B. Makna dan Logo Radio Prambors Jogja 95,8 FM	45
C. Profil Radio Prambors Jogja 95.8 FM	46
D. Visi dan Misi Radio Prambors Jogja 95.8 FM.....	47
1. Visi.....	47
2. Misi	47
E. Target Pendengar Radio Prambors Jogja 95,8 FM	47
F. Struktur Organisasi Radio Prambors Jogja 95,8 FM	49
G. Deskripsi Kerja Radio Prambors Jogja	50
H. Presentase Siaran Musik	53
I. Pembagian Zona waktu Radio Prambors Jogja 95,8 FM.....	53
J. Advertising.....	53
BAB III. PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA.....	55
A. Penyajian Data	55
B. Analisis Data.....	82
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Radio Prambors Jogja 95,8 FM	46
Gambar 2. Struktur Organisasi Radio Prambors Jogja 95,8 FM	49

PERSONAL SELLING ACCOUNT EXECUTIVE DALAM MENARIK CALON PENGIKLAN DI RADIO PRAMBORS 95,8 FM YOGYAKARTA

ABSTRAK

Adapun yang melatarbelakangi penelitian ini adalah Pengiklanan melalui radio merupakan salah satu wujud dari komunikasi pemasaran. Demikian halnya di Radio Prambors 95,8 fm Yogyakarta yang menggunakan iklan radio sebagai salah satu sumber pendapatan radio. Tujuan dari program promosi iklan melalui radio adalah untuk menarik konsumen baru maupun konsumen lama. Iklan yang merupakan salah satu sumber pendapatan bagi radio Prambors memberikan kontribusi agar *account executive* harus mampu menarik calon pengiklan untuk mengiklankan produknya di radio. Dengan demikian diperlukan beberapa strategi untuk menarik calon pengiklan termasuk *personal selling*. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana *personal selling account executive* dalam menarik calon pengiklan di Radio Prambors 95,8 FM Yogyakarta.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Informan dalam penelitian ini terdiri dari 3 responden yang terdiri dari dua orang *account executive* dan satu orang *promotion officer*. Dalam melakukan analisis penelitian dilakukan dengan metode triangulasi dengan penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal.

Account executive merupakan orang yang memiliki pesona, senyum dan ramah mungkin kemampuan untuk melayani klien. *Account executive* memiliki filsafat kerja dan memiliki metode kerja yang dinamis dan yakin bahwa segala sesuatu yang dihasilkan oleh *agency*nya yang ditujukan untuk kliennya yang akan menghasilkan uang bagi perusahaan klien. *Account executive* melakukan dua pemasaran untuk menarik calon pengiklan yaitu dengan melakukan pemasaran internal dan pemasaran interaktif. Pemasaran tersebut dilakukan lebih efektif dan efisien dengan melakukan *personal selling*. bentuk yang dilakukan dalam menerapkan *personal selling account executive* untuk menarik calon pengiklan dan mempertahankan iklan yaitu dengan mengadakan hubungan langsung dengan calon pengiklan seperti mengadakan pertemuan langsung baik di radio maupun ditempat-tempat yang telah disepekatati ataupun melakukan kesepakatan melalui telepon dan *Call made upon important customers by executive to effect sales*. Kunjungan terhadap langganan-langganan penting yang dilakukan oleh eksekutif untuk menarik calon pengiklan. Kegiatan tersebut diperdalam dengan melakukan *personal selling* untuk menarik dan mempertahankan calon pengiklan.

Kata kunci : *Personal Selling, Account Executive*

**SELLING PERSONAL ACCOUNT EXECUTIVE CANDIDATES FOR
ADVERTISERS IN INTEREST IN RADIO 95.8 FM GERONIMO
YOGYAKARTA**

ABSTRACT

The underlying research is Advertising on radio is one form of marketing communication. Likewise, at 95.8 fm Radio Geronimo Yogyakarta using radio advertising as a source of radio revenue. The purpose of the program through radio advertising campaign is to attract new customers and old customers. Ads that is one source of revenue for radio Geronimo contribute to an account executive should be able to attract potential advertisers to advertise their products on the radio. Thus the required number of strategies to attract potential advertisers, including personal selling. Based on the description above, researchers interested in knowing how personal selling an account executive in attracting potential advertisers on FM 95.8 Radio Geronimo Yogyakarta.

In this study using qualitative descriptive research. Data collection techniques with interviews, documentation and questionnaire. This study consisted of 3 respondents consisting of two account executives and one promotion officer. In analyzing the research done by triangulation methods using a variety of methods to investigate a matter.

Account executive is a person who has the charm, smile and friendly may be the ability to serve clients. Account executive has a philosophy of work and has a dynamic working method and believe that everything that is produced by agencynya devoted to his clients that will generate money for corporate clients. Account executive conduct two marketing to attract potential advertisers is to conduct internal marketing and interactive marketing. Marketing is done more effectively and efficiently by doing personal selling. form of personal selling is done in applying the account executive to attract potential advertisers and ad memmpertahankan start is with a direct relationship with potential advertisers as a direct meeting either on radio or in places that have disepekati or do a deal by telephone and the call made upon Important customers by executive to effect sales. Visits to the subscription-important subscription made by the executive to attract potential advertisers. The activity was deepened by personal selling to attract and retain prospective advertisers.

Keyword : *Selling Personal, Account Executive*