

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Departemen Ilmu Komunikasi**  
**Konsentrasi *Advertising***  
**Yoevan Saputra**  
**20020530135**

**PENGELOLAAN KEGIATAN *ACCOUNT EXECUTIVE* PT  
EXCELCOMINDO PRATAMA DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK  
XPLOR (Studi Deskriptif tentang Pengelolaan *Account Executive* (AE) PT  
Excelmindo Dalam Memperkenalkan *Xplor*)**

Tahun Skripsi: 2009.v + 117 hal + 1 halaman lampiran + Daftar Kepustakaan:  
13 Buku + 2 jurnal + 6 sumber online (2005 – 2008).

### **INTISARI**

Perkembangan dunia komunikasi yang begitu pesat belakangan ini menyebabkan bisnis kartu seluler pasca bayar agak labil. Konsumen menengah ke bawah sampai menengah ke atas banyak yang beralih ke kartu pra bayar, mengingat sekarang ini tarif yang ditawarkan sangat miring dan fasilitas yang juga lengkap dan juga tingkat kenyamanan yang lebih baik, yang menyebabkan alasan konsumen memilih kartu pra bayar. Meskipun terjadinya pengurangan pengguna *Xplor*, *Account Executive* PT Excelcomindo yang memegang penuh atas produk *Xplor* tidak menurunkan kualitas pelayanan, tetapi sebaliknya *Account Executive* PT Excelcomindo terus meningkatkan dan memperkenalkan *Xplor* kepada masyarakat luas dan para pesaingnya.

Sesuai tujuan penelitian yang dikemukakan sebelumnya, maka penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Lokasi penelitian ini adalah di XL Center Yogyakarta. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dengan data primer dan sekunder. Sedangkan metode analisis yang digunakan adalah analisa deskriptif kualitatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengelolaan kegiatan *Account Executive* dalam memperkenalkan produk *Xplor* dalam menghadapi persaingan *Provider* Telekomunikasi adalah dalam Perusahaan dan luar perusahaan yaitu Perencanaan sebuah program (Pengaroh program), pembuat Anggaran (pendapatan), memberikan informasi yang lengkap menyangkut bisnis mitra dan kompetitornya lengkap kepada team operasional, Menjalankan fungsi PODCC, melaporkan semua pekerjaan yang sedang berjalan kepada pimpinan, membantu menetapkan dan merumuskan masalah pemasaran dan tujuannya, melaksanakan program yang telah dibuat, dan memonitor secara periodik efektifitas program, jika diperlukan memberikan rekomendasi perbaikan dan melaksanakan perubahan program tersebut.

**Muhammadiyah University of Yogyakarta  
Social dan Political Science Fakultas  
Communication Science Departement  
Advertising Concentrate**

**Yoevan Saputra**

**20020530135**

**MANAGEMENT ACTIVITY ACCOUNT EXECUTIVE PT  
EXCELCOMINDO PRATAMA IN INTRODUCE XPLOR (Descriptive  
Study of the Management Account Executive (AE) PT Excelmindo In  
Introducing Xplor)**

**Year of Skripsi: 2008.v + 117 matter + 1 enclosure page;yard + List  
Bibliography: 13 Book + 2 journal + 6 source of online ( 2005 - 2008).**

### **ABSTRACT**

The development of the world of communications so rapidly lately cause cellular business card postpay somewhat unstable. Consumer middle to bottom until the middle to the top of the many who move to pre-pay card, given the current rates offered are very sloping and also the complete facilities and comfort level is also better, which caused the reasons consumers choose the card pre pay. Although the occurrence of a reduction in user Xplor, Account Executive PT Excelcomindo holding over Xplor product does not decrease the quality of service, but rather Account Executive PT Excelcomindo continues to improve and introduce Xplor to the general public and the competitors.

Available research purposes raised before, then this research method using case studies. Location of this research is the XL Center in Yogyakarta. In this research techniques to collect data with primary and secondary. While the analysis method used is descriptive qualitative analysis.

Results of this research show that the system management activities in the Account Executive to introduce the product in the face of competition Xplor Provider Telecommunication Company is in and outside the company that is planning a program (Program Director), the Budget (income), to provide complete information concerning the business partners and competitors complete to the operational team, Running PODCC function, to report all work that is running to the leaders, to help define and formulate a marketing problem and objectives, implement programs that have been made, and periodically monitor the effectiveness of the program, if necessary provide recommendations on improvements and implement changes to the program tersebut.

**Keywords: Account Executive and brand loyalty**