

STRATEGI KOMUNIKASI *ACCOUNT MANAGEMENT*

DEPARTMENT LOWE INDONESIA DALAM

MEMENANGKAN *PITCHING*

**(Studi Deskriptif mengenai Strategi Komunikasi *Account Management*
Department Lowe Indonesia dalam Memenangkan Pitching untuk
Mendapatkan Klien)**

SKRIPSI

**(Diajukan untuk menempuh sebagian persyaratan guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1)**



Disusun Oleh:

FATMAWATI

2001 053 0059

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

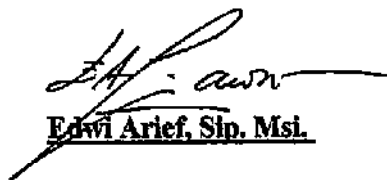
2005

HALAMAN PERSETUJUAN

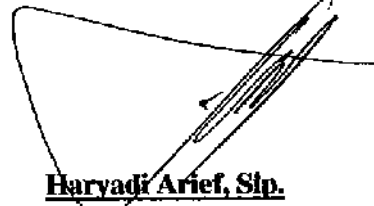
PENYUSUN



DOSEN PEMBIMBING I


Edwi Arief, Stp. Msi.

DOSEN PEMBIMBING II


Haryadi Arief, Stp.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini dipertahankan dihadapan Dewan Penguji skripsi
Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Hari : Sabtu

Pada Tanggal: 07 Mei 2005

Jam : 08.00 WIB

Ruang : Referensi (A)



Penguji I

Harjadi Arief NR, Stp

Penguji II

Panca Swastikasari, MM

PERSEMBAHAN

*Karya kecilku ini ku persembahkan
buat kedua orang tuaku
dan Saudaraku
yang selalu mendorong menggapai cita-citaku
Terima Kasih untuk Kasih tulusmu
Dan Semua Pengorbananmu
Untuk Semua Guruku
yang Menjadi Orang Tua Kedua Bagiku,
Terima Kasih atas Ilmu yang Engkau Berikan
Kerennamu Aku Menjadi Tahu Banyak Hal
Special For U, "Abangku"
Thank's For Everything*



 AKU akan selalu ingat kepada semua alimamateku TK Dhama Wanta, SDN I Sekapur, STP Sampunan Bungah Gresik, SMU Sampunan Bungah Gresik dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

 - kalian adalah Luru-Luru terbaikku
 sampai saat ini, dan semoga orang yang pernah mengajarku hal yang baik berusaha kuingat. Terima kasih padamu Luru-Luruku semantek AKU TK beken akan selalu menjadi bagian dan dilaku. Semua ajarannya akan selalu yang menginspirasi dan membahagi banyak hal. Lulu yang telah engkau Luru-Luruku. Engkaulah Pahlawanaku, Engkaulah yang menjadikan orang AKU tidak akan menjadi dan berdiri seperti sekarang ini tanpa bantuan dan

 tercapai
 jadilah anak yang selalu menjadi kebanggaan, semoga semua dia-diamu Adikku NURA, kehadiranmu banyak memberi kebahagiaan di keluarga, bahagia, Mbek Eni, Selamat datang di keluarga kami, lili kakak gah... kumengerti (Selamat Mengguguh Hidup Baru... Semoga kakak selalu lebih baik sehingga aku dapat menginspirasi dan menuliskan all hidup yang yang selalu memberikan dorongannya dan menunjukkan all hidup yang AKU sangat mendidai dan menginspirasi kedua saudaraku, Kakaku EDI,

**
 anak kebanggaanmu
 menuntun kita dan kasih meka. Aku berharap akan berusaha menjadi pernah membuat mereka menangis. Tapi itu semua tak pernah telah banyak menyusahakan mereka, membuat mereka kesal, bahkan kebahagiaan dan Tempat Tersimewa kelak di Sst-Mlu, Amin! aku sadar aku dapatkan dari siapapun di dunia ini. Tuhan... Berikan Meika fulusnya yang mereka berikan kepadaku dan saudaraku, tak akan pernah menghibahkan banyak hal kepadaku. Cinta terbesar dan kasih AKU sangat bangga memiliki kedua orang tuaku. Meika telah

*
 Maha Sempurna, dan Maha dan Segala Maha.
 kesujian hidup. Aku sadar akan semua kebesaran-Mu. Engkaulah yang selalu Mengasihiku, mendidikku, Menjagaku dan keluargaku dan segala selalu dan tak pernah telah melindungi sampai saat ini, Untuk-Mu yang Allah SWT. Tuhanmu yang selalu memberi Pelindungan Untuk-Mu yang karena itu, izinkanlah aku mengucapkan rasa terima kasihku ini. Untuk-Mu jauh dari sempurna, namun aku bangga telah dapat mengajarkannya. hingga aku dapat menyelesaikan SKRIPSI ini dengan baik. Meski masih AKU mengucapkan terima kasih yang tulus atas bantuan dari semuanya,

UCAPAN TERIMA KASIH

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarokatuh

Bismillahirrahmanirrohim,

Puji syukur Alhamdulillah kami panjatkan kepada Tuhan Dzat yang Maha atas Kesempurnaan, atas limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **Strategi Komunikasi *Account Management Department* Lowe Advertising dalam Memenangkan *Pitching*, (Studi Deskriptif Mengenai Strategi Komunikasi *Account Management Department* Lowe Advertising dalam Memenangkan *Pitching* untuk Mendapatkan Klien).**

Skripsi ini ditujukan sebagai referensi tambahan untuk lebih memahami strategi komunikasi yang digunakan *Account Management Department* atau *Account Service* dari sebuah *agency* dalam memenangkan *pitching* untuk mendapatkan klien. Disamping itu, juga sebagai syarat memperoleh gelar sarjana S-1 Ilmu Komunikasi.

Dalam pelaksanaan penulisan skripsi ini, penulis menyadari adanya bantuan dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat terlaksana dengan baik. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis ingin menghaturkan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu, yaitu:

1. **Bapak Dr. Khoiruddin Bashori**, Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. **Bapak Bambang Eka C.W, S.ip., M.Si**, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
3. **Ibu Tri Hastuti NR S.Sos,M.Si**, dan **Bapak Aswad Ishak, Sip**, Ketua dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi serta dosen

pengajar Ilmu Komunikasi, terima kasih atas waktu untuk konsultasinya kepada penulis.

4. **Bapak Edwi Arif, S.Ip, M.Si**, Pembimbing I, terima kasih atas waktu, bimbingan dan nasihatnya kepada penulis selama ini.
5. **Bapak Haryadi Arif, S.Ip**, Pembimbing II, terima kasih atas bimbingan dan sarannya kepada penulis.
6. **Ibu Panca Swastikasari, MM**, Selaku Penguji Skripsi. Terima kasih atas masukan dan kritiknya.
7. **Bapak Zuhdan Aziz, S.Ip, S.Sn**, **Ibu Betty Hadiyati, SE**, dan **Ibu Ratna Noviani, S.Ip, M.Si**, penulis ucapkan banyak terima kasih atas ilmu dan pengetahuannya mengenai dunia periklanan, sehingga penulis tertarik mengambil penelitian ini.
8. **Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi UMY**, atas ilmu dan bimbingannya selama menuntut ilmu di UMY.
9. **Bapak Husein**, terima kasih atas pelayanannya dan juga saran-sarannya.
10. **Seluruh Staff dan Karyawan di UMY** atas semua pelayanannya selama penulis berada di UMY
11. **Bapak Ridwan Handoko**, Pimpinan *HRD (Human Resources Development)*, telah memberi ijin untuk penelitian di Lowe dan semua saran dan kritik yang bapak berikan kepada penulis
12. **Mbak Desy Astanty**, Wakil dari *HRD Lowe*, atas kesediaannya membantu dan membimbing penulis di *Lowe agency*.
13. **Ibu Mia Yahya**, *Account Director Lowe*, atas waktu dan kesediannya diwawancarai oleh penulis
14. **Mbak Yenie**, dan **Mbak Nadia**, serta Semua *staff* di *Account Management Department Lowe*, terima kasih untuk informasi dan

15. **Bapak Bagus Paramarta, dan Mbak Eny Widiawati**, tim kreatif Lowe, terima kasih atas masukan-masukannya kepada penulis
16. **Mbak Rachel, Mbak Millaty, Mas Edwin**, terima kasih ilmunya, keramahannya dan semuanya.
17. **Seluruh *Staff* Lowe Indonesia dan karyawannya**, terima kasih atas pelayanan dan informasinya kepada penulis.
18. ***Staff* Redaksi Majalah Cakram**, terima kasih atas kesediannya membalas email dan data-data yang diberikan kepada penulis
19. **Semua pihak yang turut membantu**, terima kasih yang sedalam-dalamnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR DIAGRAM	xvii
ABSTRAKSI	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9

1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Kerangka Teori	11
1.5.1. Strategi Komunikasi.....	11
1.5.2. Komunikasi Efektif.....	16
1.5.3. <i>Communication Planning</i>	18
1.5.4. <i>Small Group Communication</i>	23
1.5.5. <i>Persuasion</i>	26
1.5.6. <i>Presentation</i>	29
1.6. Kerangka Konsep	35
1.7. Metodologi Penelitian	39
1.7.1. Metode Penelitian	39
1.7.2. Tehnik Pengumpulan Data	40
1.7.3. Pengelompokan Data	40
1.7.4. Analisa Data	41
1.7.5. Pengukuran Validitas/ <i>Member Check</i>	42
BAB II. GAMBARAN UMUM LOWE	43
2.1. Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan	43
2.2. Struktur Organisasi Lowe Indonesia	46
2.3. Visi dan Misi Perusahaan	52
2.4 Logo Perusahaan.	53
2.5. Sumber Daya Manusia	54
2.6. Klien Klien di Lowe	57

2.7. Penghargaan-Penghargaan Lowe	61
---	----

BAB III. HASIL PENELITIAN

3.1. Kegiatan <i>Pitching</i> di Lowe	67
3.1.1. <i>Pitching</i> di Lowe	67
3.1.2. <i>Fee Pitching</i>	77
3.1.3. Fasilitas dalam <i>Pitching</i>	77
3.1.4. Proposal untuk <i>Pitching</i>	78
3.2. Strategi Komunikasi <i>Account Management Departement</i> Lowe dalam memenangkan <i>Pitching</i>	81
3.2.1. Perencanaan Strategi Komunikasi Lowe	81
3.2.2. Pelaksanaan tugas dan tanggung jawab <i>AMD</i>	84
3.2.3. Strategi Komunikasi <i>AMD</i>	91
a. Strategi untuk Kampanye Periklanan Produk.....	93
b. Tehnik Presentasi	98
3.2.4. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi <i>AMD</i>	101
3.2.5. Faktor Penghambat Strategi Komunikasi <i>AMD</i>	105
3.2.6. Tindak Lanjut Pelaksanaan Strategi Komunikasi	108
3.3. Hubungan <i>AMD</i> dengan Klien.....	110
3.4. Langkah-langkah <i>AMD</i> dalam Menghadapi Komplain.....	113

BAB IV. PEMBAHASAN

4.1. Kegiatan <i>Pitching</i> di Lowe.....	115
4.2. Strategi Komunikasi <i>AMD</i>	121

4.2.1. Perencanaan Strategi Komunikasi	121
4.2.2. Tugas dan Tanggung Jawab <i>AMD</i>	124
4.2.3. Strategi Komunikasi <i>AMD</i>	126
a. Strategi untuk Kampanye Periklanan Produk.....	127
b. Teknik Presentasi	129
4.2.4. Faktor Pendukung dan Penghambat <i>AMD</i>	134
4.2.5. Tindak Lanjut Strategi <i>AMD</i>	135
4.3. Hubungan <i>Account Management Departement</i> di Lowe dengan Kliennya.....	136

BAB V. KESIMPULANDAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	138
5.2. Saran.....	141

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Tabel Pertumbuhan <i>Media Billing</i> Lowe Indonesia.....	2
2. Tabel Para Klien Biro Iklan Lowe Indonesia.....	3
3. Tabel Jumlah SDM Beberapa <i>Agency</i> Ternama Indonesia	5
4. Tabel Jumlah SDM di Lowe Indonesia.....	55
5. Tabel Perkembangan Karyawan Di Perusahaan Lowe Indonesia.....	56
6. Tabel Perkembangan Lowe Indonesia Tahun 1998-2001	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Gambar Model Persuasi Menurut Djamaluddin & Yossal.....	28
2. Gambar Hubungan Tingkat Interaksi Pembicara- <i>Audience</i> dengan Tujuan Presentasi Menurut Sri Handayani.....	34
3. Gambar Logo Lowe Indonesia.....	53
4. Gambar Alas Kain Di Atas Nitro.....	76

DAFTAR DIAGRAM

Diagram

Halaman

1. Diagram 1 1

2. Diagram 2 2

3. Diagram 3 3

4. Diagram 4 4

5. Diagram 5 5

6. Diagram 6 6

7. Diagram 7 7

8. Diagram 8 8

9. Diagram 9 9

10. Diagram 10 10

11. Diagram 11 11

12. Diagram 12 12

13. Diagram 13 13

14. Diagram 14 14

15. Diagram 15 15

16. Diagram 16 16

17. Diagram 17 17

18. Diagram 18 18

19. Diagram 19 19

20. Diagram 20 20

21. Diagram 21 21

22. Diagram 22 22

23. Diagram 23 23

24. Diagram 24 24

25. Diagram 25 25

26. Diagram 26 26

27. Diagram 27 27

28. Diagram 28 28

29. Diagram 29 29

30. Diagram 30 30

31. Diagram 31 31

32. Diagram 32 32

33. Diagram 33 33

34. Diagram 34 34

35. Diagram 35 35

36. Diagram 36 36

37. Diagram 37 37

38. Diagram 38 38

39. Diagram 39 39

40. Diagram 40 40

41. Diagram 41 41

42. Diagram 42 42