



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI AE (*ACCOUNT EXECUTIVE*)
DALAM MENDAPATKAN IKLAN PADA MAJALAH SEHAT PLUS
(Studi Kasus pada Majalah Sehat Plus Edisi Bulan Juli 2005)**

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu (S-1)
Ilmu Komunikasi Program Studi Periklanan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Di susun Oleh :

Nama : WAHYU SETIAWAN
NIM : 043 98-044
Jurusan : Periklanan

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2006**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Wahyu Setiawan
NIM : 04398-044
Jurusan : Periklanan
Judul skripsi : Strategi AE (Account Executive) dalam Mendapatkan Iklan pada Majalah Sehat Plus (studi kasus pada majalah Sehat Plus edisi bulan juli 2005)

Jakarta, April 2006

Mengetahui

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Pembimbing I

Nurprapti WW, S. Sos, M. Si

Pembimbing II

Nike Monika Kulsum M. Si



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Wahyu Setiawan
NIM : 04398-044
Jurusan : Periklanan
Judul skripsi : Strategi AE (Account Executive) dalam Mendapatkan Iklan pada Majalah Sehat Plus (studi kasus pada majalah Sehat Plus edisi bulan juli 2005)

Jakarta, April 2006

1. Ketua Sidang

Akhmad Mulyana, Drs, M. Si

(.....)

2. Penguji Ahli

Hardiyanto Djatmiko, Drs

(.....)

3. Pembimbing I

Nurprapti WW, S. Sos, M.Si.

(.....)

4. Pembimbing II

Nike Monika Kulsum M. Si

(.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Setiawan
NIM : 04398-044
Jurusan : Periklanan
Judul skripsi : Strategi AE (Account Executive) dalam Mendapatkan Iklan pada Majalah Sehat Plus (studi kasus pada majalah Sehat Plus edisi bulan juli 2005)

Jakarta, April 2006

1. Ketua Sidang **Akhmad Mulyana, Drs, M. Si** (.....)
2. Penguji Ahli **Hardiyanto Djatmiko, Drs** (.....)
3. Pembimbing I **Nurprapti WW, S. Sos, M.Si.** (.....)
4. Pembimbing II **Nike Monika Kulsum M. Si** (.....)



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PERIKLANAN**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Wahyu Setiawan
NIM : 04398-044
Jurusan : Periklanan
Judul skripsi : Strategi AE (Account Executive) dalam Mendapatkan Iklan pada Majalah Sehat Plus (studi kasus pada majalah Sehat Plus edisi bulan juli 2005)

Jakarta, April 2006

Mengetahui,

Pembimbing I

Nurprapti WW, S. Sos, M. Si.

Pembimbing II

Nike Monika Kulsum M. Si

Menyetujui,

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Diah Wardhani, M.Si

Kepala Bidang

Periklanan

Akhmad Mulyana, Drs, M. Si

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.....

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu tidaklah berlebihan kiranya dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, terutama kepada :

1. Kedua orang tua mamah & papa (alm) yang telah membesarkan aku, Makasih atas nasehat, bimbingan dan do'a yang tiada henti dalam setiap langkahku...My brother & My Sister (Danang, Yanti, Handi), thanks atas dukungan kalian semua aku bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Nurprapti WW, S. Sos, M.Si selaku Pembimbing I yang telah sabar untuk memberikan bimbingan dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini kepada penulis. *Semoga Ibu selalu sehat...*
3. Ibu Nike, selaku Pembimbing II yang memberikan waktu diantara kesibukannya untuk memberikan koreksi kepada penulis.
4. Bpk Ahmad Mulyana M.Si selaku Kepala Bidang periklanan.
5. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Mba Virgin Manager Marketing Majalah Sehat Plus atas waktu, data dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis.

7. My friend sekaligus Guru...prof M. Abdul Azis, S. Sos, untuk banyak waktu yang diluangkan juga thanks buat computernya, *terima kasih ya zis.....*
8. Rekan-rekan di FPC atas semangatnya,Ut, BM hoho, jamal indra, boim, swatala, *Thanks Choy...*
9. Special Thanks buat Restu Lusiana Fitri yang setia menunggu terselesaikannya skripsi ini...
10. *Good Friends....Ai, Sholu, Azis, Amir, Thank,Q atas kebaikan dan kebersamaan kalian selama ini....Koding, avip thanks atas bantuannya ya.....*
11. Teman-teman kuliah 98 : Melda, Aida, Tommy, Ibeng, Noval, Amut, Towel, Riri & dana, Rizky, Komeng, Kemo, Kacang, Bule, coki, Anton untuk waktu-waktu ceria yang dilalui sama-sama, semoga silaturahmi kita terus berjalan.....juga buat pandji, Robby, Tisna, Yasmin, Agnes, Upre, Azis Iklan, Jacko dan lainnya, semoga kita semua menjadi orang berhasil, Amin.....
12. Keluarga besar Azis.....Ibu, ayah (alm), makasih buat nasehat dan dukungannya.
13. Buat anak-anak nongkrong : (Alm) Arvan *semoga tenang disisiNya....*,Uwit, gau, Ronald, Barlan, Oniel, Andres, Nyam2, Ncus, Vonny, Uwi, Windy Ocha, Oyok dan semua yang gak bisa disebutkan satu persatu... *Succes all for you.*
14. Mas Mawi, Pak Harry dan Mba' Lila @ TU yang telah banyak membantu penulis dalam urusan administrasi.

15. Special Thanks

Penulis menyadari bahwa penelitian skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan keterbatasan pengetahuan penulis. Untuk itu saran dan kritik dari pembaca sangat penulis harapkan, demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Jakarta, April 2006

WAHYU SETIAWAN

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	i
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi	iii
Lembar Pengesahan Skripsi	iv
Abstraksi	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
Daftar Lampiran	xi
 BAB I PENDAHULUAN	 1
I.1 Latar Belakang Penelitian	1
II.2 Pokok Permasalahan	5
III.3 Tujuan Penelitian	5
IV.4 Signifikansi Penelitian	6
 BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	 7
II.1 Pengertian Komunikasi	7
II.2 Komunikasi Antar Pribadi	12
II.3 Customer Relationship	14
II.4 Strategi	16
II.5 Account Executive	17
II.6 Strategi Account Executive.....	19
II.6.1 Bentuk Strategi Account Executive	19
II.6.2 Proses kerja AE pada media cetak	20
II.7 Iklan	23
II.7.1 Fungsi Iklan	25
II.7.2 Jenis - Jenis Iklan.....	27
II.7.3 Pengertian Dan Klasifikasi Ruang Iklan.....	29
II.7.3.1 Pengertian Ruang Iklan.....	29

II.7.3.2 Klasifikasi Ruang Iklan	30
II.8 Media Cetak	32
II.8.1 Majalah	25
II.8.1.1 Kelebihan dan Kelemahan Majalah	35
II.8.1 Penempatan Iklan di Majalah	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
III.1 Metode Penelitian	40
III.2 Tipe Penelitian	40
III.3 Penentuan Nara Sumber.....	41
III.4 Teknik Pengumpulan Data	42
III.5 Analisis Data	43
III.6 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian.....	43
III.6.1 Definisi Konsep	43
III.6.2 Fokus Penelitian.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN	46
IV.1 Identifikasi Segmentasi, Target dan Positioning	46
IV.1.1 Strategi Penentuan Format Isi Editorial	48
IV.2 Strategi Ae (Account Executive)	51
IV.2.1 Strategi Memperoleh Klien	51
IV.2.1.1 Sumber Pesan	52
IV.2.1.2 Saluran Komunikasi Tatap Muka	53
IV.3 Strategi Pelayanan Klien	53
IV.4 Implementasi AE (Account Executive)	59
IV.5 Analisa S.W.O.T	62

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	65
	V.1 Kesimpulan	65
	V.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

