



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**AHMAD SUKRON AFWI (44312010032)**

**STRATEGI PERSONAL SELLING ACCOUNT EXECUTIVE PADA BIRO  
IKLAN BASELINE ADVERTISING DALAM MENINGKATKAN  
KEPERCAYAAN PEMASANG IKLAN 2015-2016**

**5 Bab + 105 Halaman + Lampiran + 20 Referensi**

**(2012 – 2017)**

### **ABSTRAK**

Munculnya berbagai jenis media *online* menandakan semakin berkembangnya bisnis media sesuai perkembangan teknologi. Hal tersebut cukup menimbulkan kekhawatiran bagi media cetak. Oleh karena itu, media cetak melakukan promosi semenarik mungkin untuk tetap mendapat perhatian dan loyalitas pembacanya. Baseline Advertising menggunakan *personal selling* dalam meningkatkan kepercayaan pemasang iklan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat strategi *personal selling account executive* yang dilakukan Baseline Advertising dalam meningkatkan kepercayaan pemasang iklan dengan teori Strategi *Personal Selling* menurut Philip Churchill, Ford dan Walker yaitu *prospecting for customer, opening the relationship, qualifying the prospect, presenting the sales message, closing the sales, servicing the account*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan desain penelitian studi kasus dan teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara wawancara, observasi serta mengumpulkan dokumen perusahaan yang berkenaan dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian ini membahas mengenai strategi *personal selling account executive* yang dilakukan oleh Baseline Advertising.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi *personal selling* harus dirancang dengan matang demi keberhasilan perusahaan. Baseline Advertising terus melakukan perbaikan dan penyempurnaan pelayanan, program promosi dan faktor yang mempengaruhi tercapainya tujuan perusahaan.

Kata kunci : Personal Selling, Kepercayaan Pemasang Iklan.