

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising*
Eva Indria
44315110021

Implementasi Personal Selling oleh Account Executive
dalam Meningkatkan Pemasangan Iklan Televisi 2018
(Studi Kasus terhadap MNCTV)

Jumlah halaman : x + 107 halaman + lampiran

Bibliografi : 30 acuan, Tahun 2003 – 2011

ABSTRAK

Persaingan industri khususnya media semakin ketat, tumbuh pesatnya media lokal dan media baru membuat banyaknya pilihan bagi pemilik produk untuk menginvestasikan dan mempromosikan iklan produknya. Sehingga peluang untuk meningkatkan budget beriklan menjadi lebih kompetitif. MNCTV sebagai salah satu media Televisi Nasional di Indonesia, menyadari diperlukannya usaha yang maksimal dari seorang tenaga pemasaran agar bisa memingkatkan pemasangan iklan.

Hasil penelitian ini membahas bagaimana implementasi personal selling oleh tenaga pemasaran yaitu Account Executive dalam meningkatkan pemasangan iklan. Tahapan personal selling yang dilakukan melalui tahap analisis dan perencanaan, tahap implementasi dan tahap evaluasi. Dari setiap tahapan akan dijabarkan satu persatu.

Penelitian ini menggunakan tipe deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Menggunakan pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap beberapa informan dari sales yang ada di MNCTV, juga pelaksanaan kegiatan observasi lapangan, dan sumber data – data yang didapat dari dokumen atau berkas perusahaan.

Personal selling dijadikan saluran komunikasi pemasaran utama oleh MNCTV dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan hasil penelitian yang didapat bahwa servicing the account sangat diperlukan, khususnya saat memberikan incentive kepada klien dengan pemasangan iklan tertinggi. Hal ini sangat membantu untuk meningkatkan penjualan MNCTV dan dari data yang diperoleh bahwa pemasangan iklan MNCTV periode Januari – Mei 2018 berbanding tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 3%.