



**STRATEGI *PERSONAL SELLING ACCOUNT EXECUTIVE*
DI SURAT KABAR SINAR HARAPAN DALAM MENARIK MINAT
PEMASANG IKLAN TAHUN 2015**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Periklanan & Komunikasi Pemasaran

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh:

GEDTRIANTIKA HANDAYANI
44312120018

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI *PERSONAL SELLING ACCOUNT EXECUTIVE* DI SURAT KABAR SINAR HARAPAN DALAM MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN TAHUN 2015**

Nama : Gedtriantika Handayani

NIM : 44312120018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 3 Juli 2015

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Ira Purwitasari, M.Ikom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI *PERSONAL SELLING ACCOUNT EXECUTIVE* DI SURAT KABAR SINAR HARAPAN DALAM MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN TAHUN 2015**

Nama : Gedtriantika Handayani

NIM : 44312120018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

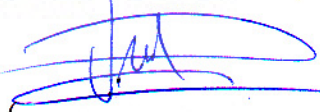
Jakarta, 11 Juli 2015

Ketua Sidang,
Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.




(.....)

Penguji Ahli,
Razie Razak, M.Ikom.



(.....)

Pembimbing I
Ira Purwitasari, M.Ikom.



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI *PERSONAL SELLING ACCOUNT EXECUTIVE* DI SURAT KABAR SINAR HARAPAN DALAM MENARIK MINAT PEMASANG IKLAN TAHUN 2015**

Nama : Gedtriantika Handayani

NIM : 44312120018

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Periklanan & Komunikasi Pemasaran

Jakarta, 11 Juli 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

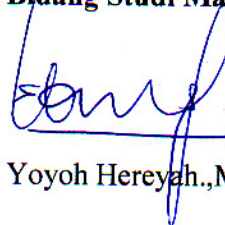
(Ira Purwitasari, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)

Ketua Bidang Studi Marcomm



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah. Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya serta shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW peneliti panjatkan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi *Personal Selling Account Executive* di Surat Kabar Sinar Harapan Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan Tahun 2015.”

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penelitian skripsi ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan dan kerja sama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ira Purwitasari M. Ikom selaku pembimbing yang dengan selalu sabar dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, saran-saran dan motivasi.
2. Dr. Yoyoh Hereyah M.Si sebagai Ketua Konsentrasi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi sekaligus ketua sidang dan Razie Razak, M.Ikom. selaku penguji ahli.
4. Seluruh Dosen Program Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran Universitas Mercu Buana khususnya di kampus Menteng yang telah memberikan ilmu pengetahuan.

5. Manajemen PT Sinar Harapan Persada, Leonard Lembong selaku *Senior Manager Marketing* dan Yusti Kurnia Suminar selaku *Senior Account Executive*.
 6. Kedua orangtua peneliti Ali Akbar dan Musani telah memberikan waktu, semangat serta selalu mendoakan peneliti dalam menuntut ilmu.
 7. Afdhal Yusra Alkindi, terima kasih selalu mengerti peneliti dan membantu keperluan peneliti.
 8. Seluruh teman-teman Marcomm angkatan ke-22 khususnya “*Five Characters*” Femy, Sarah, Reza dan Gesja yang selalu berbagi keceriaan dan kekesalan selama perkuliahan.
 9. Dody Setiyadi yang siap sedia membantu peneliti mencari referensi dan meluangkan waktunya untuk menghibur dan memberi semangat peneliti.
 10. Febrien dan Ratnasari, sahabat yang membantu menemukan solusi dari kesulitan peneliti mencari referensi.
 11. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian skripsi ini. Terima kasih
- Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun karena kesadaran peneliti akan kekurangan-kekurangan demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, Juli 2015

Peneliti

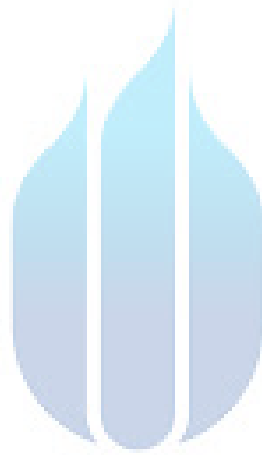
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan penelitian.....	9
1.5 Manfaat penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi	11
2.2 Komunikasi Antarpribadi (interpersonal)	12
2.3 Komunikasi Pemasaran	17
2.4 Bauran Komunikasi Pemasaran	19
2.5 <i>Personal Selling</i>	20
2.5.1 Jenis-jenis <i>Personal Selling</i>	21
2.5.2 Keunggulan dan Kelemahan <i>Personal Selling</i>	21
2.5.3 Langkah-langkah Proses Penjualan <i>Personal Selling</i>	24
2.5.4 Strategi <i>Personal Selling</i>	26
2.5.5 Mengelola Tenaga Penjualan	32
2.5.6 Faktor Yang Memengaruhi <i>Personal Selling</i> dalam Strategi Pemasaran Perusahaan.....	35
2.6 <i>Account Executive</i>	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Tipe Penelitian.....	44
3.3 Metode Penelitian.....	45
3.4 Subjek Penelitian.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
4.1.1 Profil Pembaca Sinar Harapan	49
4.1.2 Strategi Pendistribusian Sinar Harapan	52
4.1.3 Logo Sinar Harapan	53
4.1.4 Sejarah dan Perkembangan Sinar Harapan.....	53
4.1.5 Divisi Bisnis	57
4.1.6 <i>Account Executive</i>	58
4.1.7 Produk Sinar Harapan	58
4.2 Hasil Penelitian	59
4.2.1 <i>Prospecting</i>	59
4.2.2 <i>Targeting</i>	60
4.2.3 <i>Communicating</i>	62
4.2.4 <i>Selling</i>	65
4.2.5 <i>Servicing</i>	67
4.2.6 <i>Information Gathering</i>	68
4.2.7 <i>Allocating</i>	69
4.3 Pembahasan	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Simpulan.....	84
5.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Langkah-langkah Utama Dalam Penjualan Efektif	24
Gambar 4.1 Pembaca Sinar Harapan Berdasarkan Gender	50
Gambar 4.2 Pembaca Sinar Harapan Berdasarkan Usia	50
Gambar 4.3 Pembaca Sinar Harapan Berdasarkan Pekerjaan	51
Gambar 4.4 Proses <i>Personal Selling</i>	71
Gambar 4.5 Draft Surat Konfirmasi Pemasangan Iklan	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Presentase Oplah/Tiras Sinar Harapan	52
--	----

