

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas Account Executive dalam menarik minat calon pengiklan di PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY. Berdasarkan data – data yang diperoleh melalui wawancara yang mendalam dan pengambilan data melalui arsip – arsip dan dokumen resmi PT Tempo Inti Media dapat disimpulkan bahwa dalam aktivitas Account Executive dalam menarik minat calon pengiklan adalah sebagai berikut :

1. Aktivitas Account Executive di PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY

Account Executive bertemu langsung dengan klien dan memberikan masukan mengenai media yang cocok untuk beriklan. Karena pertemuan secara langsung lebih efektif dari pada meloby lewat telepon.

Berjalannya sebuah kegiatan periklanan yang dapat menghasilkan hasil yang sempurna adalah dengan adanya tugas dari masing-masing divisi yang dilaksanakan dengan baik.

Adanya penyampaian brief yang baik yang dilakukan oleh masing-masing divisi, sehingga antara divisi tidak mengganggu bagian yang lain dalam melaksanakan tugas dan dapat menghasilkan iklan yang sesuai dengan keinginan klien.

Adanya hubungan yang baik antara Account Executive dengan klien dan juga kerja yang maksimal sehingga biro iklan tidak perlu mencari klien tetapi biro yang akan dicari klien.

2. Penentuan Target Pasar / Klien

Dalam hal ini Tempo Media mengelompokkan pelanggan potensial agar lebih mudah menawarkan ruang iklan seperti pemerintahan, pendidikan, hotel dan pariwisata. Segmentasi pembaca Tempo juga dirancang yaitu kalangan muda yang haus akan wawasan dan kalangan usia 21 – 40 tahun yang cukup dalam segi ekonomi.

3. Tugas dan Tanggung Jawab Account Executive di PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY

Menurut hasil penelitian di atas, tugas dan tanggung jawab seorang Account Executive di PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY adalah mencari klien dan memberikan pelayanan terbaik kepada klien, agar klien mau bekerjasama dan menjalin loyalitas terhadap klien.

4. Mekanisme Kerja Account Executive

Dalam prosesnya seorang Account Executive harus bisa menghadapi klien dengan sangat sempurna dan mampu mengerti apa yang diinginkan klien, media apa yang bisa mengenalkan produknya kepada masyarakat jika masih produk baru dan memberikan solusi kepada klien, media apa yang cocok untuk

selalu mengingatkan produk klien untuk produk yang sudah lama ada. Dalam mengerjakan tugas ini seorang Account Executive tidak sendirian yang mana dia bersama dengan Tim Kreatif membuat sebuah iklan yang berkualitas, dengan adanya kerjasama yang baik maka akan terjalinlah hubungan kerja yang hangat sehingga dalam pengerjaannya akan terasa mudah.

5. Account Executive di PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY Menggunakan Strategi Bauran Promosi Dalam Menjaga Hubungan Baik Dengan Klien

- a. *Advertising* yaitu Tempo Media menggunakan alat promosi Tempo.co yang menggabungkan berbagai macam produk – produk Tempo dalam satu situs, Tempo Media juga membranding logo Tempo pada agen – agen Tempo, dan pemasangan billboard di depan kantor Tempo Media.
- b. *Sales Promotion* bentuk – bentuk kegiatan promosi yang dilakukan yaitu memberikan bonus kepada pemasang iklan, memberikan koran gratis kepada pemasang iklan dan memberikan potongan harga kepada pelanggan yang sudah berlangganan ataupun kepada pemasang iklan baru pada waktu – waktu tertentu seperti hari – hari penting.
- c. *Personal Selling* bentuk kegiatan promosi ini adalah promosi yang dilakukan oleh AE secara penuh, AE mengetahui secara langsung permasalahan dan keinginan konsumen, AE terjun langsung, membuat penawaran iklan, tatap muka. presentasi dan bernegosiasi secara langsung dengan klien. Tempo Media juga menggunakan agen Tempo sebagai

perantara dalam mempromosikan dan menjual SKH Tempo dan melakukan distribusi kepada agen – agen Tempo oleh Sales Collector Tempo Media.

- d. *Public Relations* bentuk kegiatan promosi ini berupa kegiatan seperti workshop atau seminar, selain itu kegiatan gathering dengan pelanggan potensial Tempo Media agar semakin loyal.
- e. *Direct Marketing* promosi yang dilakukan yaitu menggunakan telemarketing ataupun internet, misalnya pengiriman proposal penawaran iklan melalui email, atau melakukan penawaran iklan dengan menggunakan telephon resmi Tempo.

B. Saran

Menurut peneliti ada beberapa saran untuk PT. Tempo Inti Media Tbk. Biro JATENG – DIY dalam upaya menawarkan atau mempromosikan ruang iklan kepada pemasang iklan, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Menurut peneliti dalam hal promosi penawaran ruang iklan Tempo Media sebaiknya menambah kapasitas untuk SDM seorang Account executive, semakin banyak jumlah AE yang ada maka semakin banyak pula pendapatan atau income yang didapat. Karena dalam hal ini Tempo Media lebih mengedepankan dan bergantung kepada peran Account Executive menambah SDM yang ada akan jauh lebih baik, target – target pendapatan iklan yang dicapai akan semakin mudan dan semakin cepat tercapai.

2. Dalam segi SDM Tempo Media perlu menambah ketrampilan atau skill khususnya dalam hal design grafis, sehingga pada saat pemasang iklan memberikan bahan iklan yang masih mentah SDM Tempo Media dapat menanganinya dengan baik dan semaksimal mungkin. Dengan keahlian tersebut dapat memberikan kualitas iklan yang baik dalam segi visual sehingga pemasang iklan lebih tertarik untuk memasng iklan.
3. Menurut peneliti meskipun Tempo Media lebih fokus kepada Direct selling melalui Account Executive untuk aktivitas promosi alangkah baiknya Tempo Media juga memperhatikan dan memaksimalkan alat promosi yang lain seperti kegiatan Public Relations, kegiatan Public Relations sebaiknya lebih dimaksimalkan dengan aksi – aksi nyata yang berhubungan dengan target pasar atau pemasang iklan, selain memberikan citra perusahaan juga dapat memberikan penetrasi yang lebih cepat kepadan target sasaran atau pemasang iklan. Selain itu penambahan promosi dengan media luar ruang juga perlu ditambah jangkanya agar masyarakat lebih mengenal Tempo Media.