

## INTERVIEW GUIDE

**Narasumber : Windawati (Account Executive PT Tempo Inti media Tbk Biro  
Jateng & DIY)**

Pertanyaan untuk Account Executive PT Tempo Inti media Tbk Biro Jateng &  
DIY Tentang Aktivitas Account Executive dalam menarik minat calon pengiklan  
di PT Tempo Inti Media Biro Jateng & DIY 2016

1. Apa saja visi dan misi PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY ?

Jawaban : visinya menjadi acuan dalam usaha meningkatkan pendapat, misinya  
ada beberapa nanti bisa di cari di internet secara lengkapnya, atau di data Tempo  
yang saya kasih juga ada lengkap

2. Mengapa *Account Executive* sangat penting bagi PT Tempo Inti Media Tbk  
Biro Jateng & DIY?

Jawaban : sangat penting, karena AE merupakan jantungnya perusahaan juga  
merupakan jembatan penghubung antara biro iklan dengan klien, maka tanpa  
adanya AE jadi tidak ada klien yang mau memasang iklan, sehingga tidak ada  
pemasukan utnuk perusahaan

3. Bagaimana jobdesk *Account Executive* pada PT Tempo Inti Media Tbk Biro  
Jateng DIY?

Jawaban : Dalam industri media dan komunikasi, Account Executive (AE) biasa bertugas menawarkan dan negoisasi iklan pada cara calon pengiklan. Sedangkan pada perusahaan lain, account executive mempunyai fungsi yang setara dengan marketing yaitu melakukan penawaran dan kerjasama pada klien.

4. Bagaimana tahapan proses kerja yang dilakukan *Account Executive* PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng DIY dengan klien?

Jawaban : pada intinya tahapan proses kerja yang utama mencari klien, setelah itu presentasi dengan menawarkan kerjasama, lalu follow up di tunggu sekitar 2-3 hari atau maksimal 1 minggu setelah menawarkan kerjasama, setelah approve baru langsung membuat order iklan sesuai permintaan klien, membuat kesepakatan dan perjanjian

5. Bagaimana cara *Account Executive* memformulasikan pesan yang akan disampaikan kepada klien, sedangkan tipe klien berbeda-beda?

Jawaban : Yang pasti adalah skill komunikasi yang baik ntuk bernegosiasi. Punya wawasan yang luas, setidaknya tahu sedikit dalam banyak hal. Karena kalau seorang Account Executive omongannya kosong, nanti bisa diragukan oleh klien. Yang pasti wawasan yang luas itu sangat berguna di proses kreatif, itu sangat penting.”

6. Bagaimana langkah pertama yang dilakukan *Account Executive* sebelum menentukan target klien?

Jawaban : Biasanya kita melakukan analisis market terlebih dahulu, hal ini dilakukan agar kita dapat mengetahui target atau segmentasi yang akan dituju, jika target atau segmentasi sudah terdeteksi maka kedepannya dalam melakukan promosi akan mudah dan efisien.

7. Siapa saja yang menjadi sasaran target *Account Executive* PT Tempo Inti Media Biro Jateng & DIY?

Jawaban : untuk target kita memnargetkan beberapa segmentasi, seperti pendidikan, pemerintahan, pariwisata dan hotel

8. Bagaimana saja tahap-tahap yang anda gunakan saat berkomunikasi dengan klien?

Jawaban : sikap, ketika bertemu klien berjabat tangan, sambal memandang dan memberikan kesan pertama dengan baik selalu tersenyum. Lalu menanyakan kebutuhan klien akan iklan. Memberikan penjelasan sedetail mungkin mengenai produk tempo, hingga klien mengerti dan sesuai dengan keinginan klien. Berikan pelayanan terbaik.

9. Adakah ada klien yang pernah menolak untuk diajak bekerjasama? (Jika ada) mengapa klien tersebut menolak untuk di ajak bekerjasama?

Jawaban : ada, karena harga yang kurang cocok, kadang klien juga belum paham tentang sosial media manajemen ini apa. Yang mereka mau ada *progress* penjualan aja, sedangkan itu sebenarnya bukan sepenuhnya

tanggung jawab kita jadi harus menjelaskan juga ke mereka, mengedukasi apa itu *social media managment agency*. Ada juga yang gak suka sama desain yang sudah di buat dan harus melakukan beberapa kali revisi.

10. Bagaimana yang dilakukan *Account Executive* saat penolakan itu terjadi?

Jawaban : Didengarkan dan *diiya-iyain* dulu sampai selesai ngomong baru dijelaskan apa yang menjadi masalahnya. Namun sebagai *Account Executive* kadang memang *gak* tau apa yang terjadi di lapangan karena kadang *gak* terjun langsung. Jadi sampaikan ke klien kalau ditampung dulu keluhannya baru akan disampaikan ke tim kreatif, biar *gak* rancu infonya, biar kita tahu titik masalahnya. Jangan kepancing emosi, santai aja disampaikan dengan baik, dengan kepala dingin, dan jangan berusaha menyelesaikan sendiri, harus berkomunikasi dengan tim mencairkan masalahnya bersama-sama. Meskipun tak sesuai dengan idealisme kita, kita harus *turutin* klien. Contohnya, desain yang kita anggap sudah sempurna dan bagus kadang klien merubah sesuai kemauan mereka. Nah, hal itu *diturutin aja*, jangan keras kepala, karena menyenangkan hati klien berarti memperpanjang umur kontrak kerjanya. Intinya jadi *Account Executive* harus menjadi teman dan pendengar yang baik bagi klien.”

11. Bagaimana cara *Account Executive* untuk meyakinkan klien agar tidak berpindah ke biro lain?

Jawaban : Demi tercapainya iklan yang efektif perlu adanya strategi komunikasi yang matang dan terkonsep dari AE terhadap klien PT Tempo Inti Media, dari strategi tersebut dapat dilihat dari hasil eksekusi dan menjadi tolak ukur sukses tidaknya sebuah hasil iklan, dari strategi tersebut jugalah yang menjadi pertimbangan klien untuk memilih tetap memakai atau beralih ke biro lain. Menawarkan harga yang bersaing misalnya. Memberikan harga yang bersaing, bukan berarti kita harus menurunkan harga dan memperbesar kerugian perusahaan. Strategi ini bisa kita lakukan dengan cara, memberikan bonus untuk pembelian tertentu. Misalnya bila pesaing kita menjual produk dengan harga yang lebih murah, maka untuk menghadapinya kita bisa menawarkan bonus “beli 2 gratis 1” misalnya

12. Bagaimana klien dapat menerima pesan yang anda sampaikan?

Jawaban : dari seberapa jelasnya AE dalam mempresentasikan penawaran kepada klien

13. Kegiatan apa saja yang dilakukan *Account Executive* PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY dalam membina hubungan dengan klien?

Jawaban : word of mouth, penjualan face to face, agency billing, sales promotion, personal selling, PR & Humas, Direct marketing

14. Bagaimana segi-segi teknis pekerjaan seorang *Account Executive*?

Jawaban : memonitor aktifitas sales, untuk memastikan program berjalan sesuai rencana, mengupdate account profile untuk mengetahui cover per tahun tentang informasi dan data, membuat sales plan pelaksanaannya untuk program penunjang penjualan, membuat rencana program promosi, membuat laporan harian dan bulanan yang berkaitan dengan penjualan, dan monitoring program.

15. Bagaimana sikap seorang *Account Executive* yang baik?

Jawaban : Untuk menjadi seorang Pembina usaha (AE) yang baik ada tiga faktor yang perlu diperhatikan: yaitu on time, on brief dan on budget.

16. Bagaimana tugas dan tanggung jawab seorang *Account Executive*?

Jawaban : Account Executive itu harus bisa mengarahkan dan mengingatkan klien apa tujuan awal dari brief semula. Suatu iklan yang bagus bisa dibangun apabila hubungan antara klien dan Account Executive tercipta hubungan yang baik dengan pemikiran yang sama. Seorang Account Executive itu harus bermuka dua di depan klien. Karena ia harus bisa menjadi agency di depan klien dan menjadi klien di dalam agency.

17. Bagaimana cara yang harus dilakukan oleh seorang *Account Executive* saat bertemu dengan klien?

Jawaban : harus ramah, dan baik dalam menyampaikan pesan agar klien mudah paham

18. Bagaimana saja kendala seorang *Account Executive* dalam melaksanakan pekerjaannya?

Jawaban : lebih competitor, karena ya di jogja termasuk lumayan ya perusahaan surat kabar dan juga perusaahn media

19. Setelah mengetahui masalahnya, strategi marketing apa yang dilakukan oleh *Account Executive* PT Tempo Inti Media Biro Jateng & DIY?

Jawaban : “Dalam menghadapi persaingan, terlebih dulu lihatlah potensi pasar yang ada. Serta cari tau siapa pesaing yang kompeten saat ini. Ciptakan produk yang berbeda. Dengan menciptakan produk yang unik dan belum ada dipasaran, produk yang unik dan berbeda, memiliki ciri khas tertentu dan daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Tonjolkan keunggulan produk kita. Fokuskan diri untuk lebih menonjolkan keunggulan produk kita, misalnya dengan cara mempertahankan kualitas produk atau pelayanan prima yang selama ini kita tawarkan kepada konsumen. Pelajari kelebihan dan kelemahan pesaing. Dengan cara ini kita bisa mengetahui kelebihan apa yang dimiliki pesaing kita, dan memanfaatkan kelemahan pesaing sebagai peluang untuk memenangkan persaingan pasar.

20. Siapa saja yang dianggap competitor oleh PT Tepo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY?

Jawaban : perusahaan surat kabar, seperti Kedaulatan Rakyat, Tribun, Kompas

21. Bagaimana cara *Account Executive* meyakinkan klien bahwa PT Tempo Inti Media Biro Jateng & DIY lebih baik daripada kompetitor?

Jawaban : Menawarkan harga yang bersaing. Memberikan harga yang bersaing, bukan berarti kita harus menurunkan harga dan memperbesar kerugian perusahaan. Strategi ini bisa kita lakukan dengan cara, memberikan bonus untuk pembelian tertentu. Misalnya bila pesaing kita menjual produk dengan harga yang lebih murah, maka untuk menghadapinya kita bisa menawarkan bonus “beli 2 gratis 1” misalnya.



**Narasumber : Silvy Maria (Public Relation Gaia Cosmo Hotel Yogyakarta)**

Pertanyaan Untuk Public Relation Gaia Cosmo Hotel Yogyakarta

Silvy Maria

1. Bagaimana pendapat anda tentang AE PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY?

Jawaban : ya bagus, ramah, humble, mudah berkomunikasi sehingga hotel kami mau beberapa kali untuk bekerjasama dengan PT Tempo

2. Menurut anda bagaimana cara AE PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY dalam melayani klien?

Jawaban : bisa menyampaikan pesan dengan baik sih, kebetulan saya juga sudah berkerabat baik dengan AEnya, ya karena ramah itu, kadang kita kalau mau meeting suka janjiin sambil makan siang di luar, atau pernah waktu itu datang ke hotel sambil minum teh di resto.

3. Setelah mendengarkan penjelasan dan mendapatkan penawaran- penawaran dari AE PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY, apakah anda tertarik untuk memasang PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY?

Jawaban : iya jelas tertarik mba, makannya kami sering bolak-balik bekerjasama dengan Tempo, sampe-sampe sering dikasih harga diskon karena sudah langganan

4. Jika anda tertarik untuk memasang iklan, adakah kemungkinan untuk memasang iklan pada PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY lagi?

Jawaban : iya tertarik, karena ya memang sudah bolak-balik pasang iklan disana, dan feedbacknya ya lumayan

5. Mengapa menurut anda PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY adalah tempat yang tepat untuk memasang iklan?

Jawaban : karena menurut saya media yang di sediakan di tempo cukup banyak ya seperti koran, majalah, majalahnya juga ada beberapa, lalu tempo.co ya itu yang di internet, jadi kenapa tepat juga karena spesifikasi harga yang ditawarkan juga lumayan mba, karena juga ya itu sering di kasih potongan harga

6. Bagaimana cara anda untuk menanggapi pesan yang telah disampaikan oleh AE PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY?

Jawaban : kalo menurut saya, asal penjelasan dari AE nya baik dan mudah di mengerti saja, nanti itu juga akan mempengaruhi ke pemikiran saya sebagai klien, missal ibarat penjual dan pembeli, kalo penjualnya ramah maka pembeli pun senang, begitu pula sebaliknya, ya pasti mbanya paham

7. Bagaimana pesan-pesan yang disampaikan oleh AE PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY dapat diterima dengan baik?

Jawaban : iya, seperti yang sudah saya jelaskan tadi di pertanyaan sebelumnya, kurang lebih seperti itu

8. Bagaimana pendekatan interpersonal yang dilakukan AE PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY terhadap klien?

Jawaban : sangat baik

9. Bagaimana faktor-faktor yang membuat anda tertarik untuk memasang iklan pada PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY?

Jawaban : faktornya seperti spesifikasi harga, sikap AE nya, dan contoh-contoh bentuk kerjasamanya. Kan pernah kemarin itu juga tempo pernah mengadakan acara disini, dan itu salah satu bentuk kerjasamanya seperti sistem barter ya, kami menyewakan Hall dan makanan secara free untuk peserta acara, kemudian dari tempo menyediakan space iklan di medianya tentang acara itu dan otomatis ya itu mempromosikan hotel kami, ya contohnya seperti itu

10. Sudah berapa kali anda memasang iklan pada PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY?

Jawaban : kalua itu saya kurang paham, karena mungkin PR sebelum saya juga pernah bekerjasama dengan tempo, tapi waktu saya kemarin kira-kira 4 atau 5 kali ya dari tahun 2013.

Logo PT Tempo Inti Media

**TEMPO** MEDIA  
GROUP

**TEMPO.CO**

**TEMPO**

Twitter: @tempodotco Instagram: tempodotco Line: TEMPO.CO

Kantor Tempo Inti Media Biro Jateng & DIY



Interview dengan Account Executive PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng &

DIY (Ibu Windawati)



Gambar dari proposal event “Jurnalistik & Fotografi” (salah satu bentuk bauran promosi Public Relations yang dilakukan oleh Account Executive PT Tempo Inti Media Tbk Biro Jateng & DIY)



### GAMBARAN UMUM

- o Program ini ditujukan untuk mahasiswa dan kalangan umum.
- o Jurnalistik dan fotografi adalah dasar untuk memaksimalkan publikasi dan sosialisasi yang menjadi peran utama humas. Dimana saat ini humas masih belum memanfaatkan perannya secara maksimal.
- o Memperkenalkan Fotografi dan jurnalistik yang efektif dan efisien.
- o Meningkatkan kemampuan menulis dan fotografi yang berguna dalam kebutuhan sehari-hari.
- o Pelatihan Jurnalistik dan fotografi ini, merupakan wadah training yang diharapkan mampu melahirkan mahasiswa yang kritis dan dapat menggali kembali potensi- potensi yang dimiliki oleh mahasiswa itu sendiri.
- o Mempelajari tehnik-tehnik dasar dalam fotografi



TEMPO MEDIA 1945  
trusted and worth it © 2015 PT Tempo Inti Media Tbk. All rights reserved. Activate Windows.

### TENTANG PROGRAM

Koran Tempo adalah Media Cetak yang memuat berita terkini yaitu utama Politik, Sosial, Budaya, dll. pembaca Koran Tempo adalah kalangan yang sudah mapan dari berbagai aspek di Seluruh Indonesia. Maka dari itu kami berusaha Membantu Para peserta untuk meningkatkan kemampuan dalam menulis dan fotografi

**“Seminar Jurnalistik & Fotografi”**



TEMPO MEDIA 1945  
trusted and worth it © 2015 PT Tempo Inti Media Tbk. All rights reserved. Activate Windows.

## TUJUAN KEGIATAN

- **Membentuk budaya menulis sebagai transformasi gagasan**
- **Memberikan pengenalan tentang media informasi terutama media cetak**
- **Mempererat rasa persaudaraan antar peserta khususnya para mahasiswa dan masyarakat umum**

## TARGET AUDIENCE

Audience	: Umum
Venue	: Hotel
Tanggal	: 03 November 2016
Waktu	: 09.00 - 12.00
Target Peserta	: 100 peserta
Benefit Peserta	: Sertifikat, Makalah, Koran Tempo, Coffee Break



## SUSUNAN ACARA

Jam 09.00 - 09.30	: Registrasi Ulang;
Jam 09.30 - 09.45	: Pembukaan
Jam 09.45 - 10.45	: Pelatihan Jurnalistik
Jam 10.45 - 11.45	: Pelatihan Fotografi
Jam 11.45 - 12.00	: Tanya Jawab + Doorprize + Penutupan

## FLOW ACARA



## Penawaran Partnership

- Rincian Kerjasama yang dibutuhkan :
  - VENUE
  - Coffee Break Sejumlah 100 Pack
  - Voucher Room (sejumlah 3 Voucher)

- Kontraprestasi yang ditawarkan

Placement	Keterangan	Spesifikasi	Frek
Tempo.co	Display	300x250 pxl	1x
Koran Tempo Nasional	Membis	3x130 mmk fc	1x
Koran Tempo Jateng-DIY	Display	½ Halaman	1x

-Pencantuman Logo Resmi Sponsor -Pencantuman Logo pada Latar Panggung -Adlips -Flyer Promotion

# TERIMA KASIH

Hormat Kami,  
Windawati  
Account Executive  
Hp. 085641919019  
Email: [winda.tempo@yahoo.com](mailto:winda.tempo@yahoo.com)



## Dokumentasi foto-foto event “Jurnalistik & Fotografi”



## Gambar Flayer event “Jurnalistik & Fotografi”

KORAN TEMPO

# PELATIHAN JURNALISTIK & FOTOGRAFI

**SABTU, 5 NOVEMBER 2016**  
09.00-12.00 WIB

**Full Doorprize!**

**BERSAMA**

**Widiarsi Agustina**  
[Kepala Biro Tempo DIY Jalang]

**Pius Erlangga**  
[Photografer Tempo]

**Tempat**

**GAIA COSMO**  
Jl. Ipa dan Harsono (Timoho)  
No.16, Umbulharjo DIY

**IDR 35K**

**INCLUDE**

**SERTIFIKAT, MAKALAH, KORAN TEMPO**  
**COFFEE BREAK**

Supported by: **GAIA** **JOGIA SCRUMMY** **LENSA JOGJA**

Info Pendaftaran:  
PT. Tempo Inti Media Tbk  
Jl. Kolonel Sugiono No.47  
Keparakan, Mergangsan, Yogyakarta  
Tempo Media: (0274) 380862

**GP** Bowo : 085642736165  
Winda : 085641919019

