

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Meisya Reski

Aktivitas *Personal Selling* ADITV dalam Menarik Minat Pengiklan Periode 2012-2015

Tahun skripsi : 2016 + halaman + halaman lampiran

Daftar Pustaka : 13 buku

Penelitian ini membahas bagaimana penerapan Aktivitas *Personal Selling* yang dilakukan oleh ADITV dalam menarik minat pengiklan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan aktivitas *personal selling* yang dilakukan oleh ADITV dalam menarik minat pengiklan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Objek yang diteliti merupakan Aktivitas *Personal Selling* ADITV dalam Menarik Minat Pengiklan Periode 2012-2015. Data yang dikumpulkan dengan wawancara, observasi, studi pustaka. Teknik analisis data yang dilakukan dengan mengumpulkan data, menyajikan data dan menyimpulkan data. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa dalam melaksanakan strategi promosi ADITV tidak mengkoordinasikan seluruh proses komunikasi pemasaran hanya mengkoordinasikan penjualan personal atau yang biasa disebut dengan *personal selling*. Promosi dengan *door to door account axecutive* mencari klien untuk menggunakan ADITV sebagai jasa iklan. Kegiatan promosi dengan cara *personal selling* memberikan dampak yang cukup besar untuk menarik minat pengiklan untuk beriklan di ADITV.

Kata Kunci : STRATEGI PROMOSI, *PERSONAL SELLING*

ABSTRACT

***Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
faculty of Social Science and Political Science
Department of Communication
Concentration Public Relations***

Meisya Reski

Activity Personal Selling Advertiser ADITV in Interest Interest Period 2012-2015

Thesis Year: 2016 + page + page lampiran

Bibliography: 13 books

This study discusses how the application of Personal Selling Activities undertaken by ADITV in attracting advertisers. The purpose of this study was to describe the personal selling activities undertaken by ADITV in attracting advertisers. The method used in this research is descriptive qualitative research methods. Object under investigation is Personal Selling Activity ADITV the Advertiser Interest Interest Period 2012-2015. Data were collected through interviews, observation, library research. Data analysis is done by collecting data, presenting data and summed data. The results showed that in carrying out the campaign strategy ADITV not coordinate all marketing communication process only coordinate the sale of personal or commonly called personal selling. Promotion to account executive door to door looking for clients to use ADITV as advertising services. Promotional activities by way of personal selling an impact big enough to attract advertisers to advertise on ADITV.

Keywords : Promosional Strategies, Personal Selling