

## BAB III

### SAJIAN DATA & PEMBAHASAN

#### A. Sajian Data

Pada bab ini peneliti akan menyajikan data hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Aktivitas *Account Executive* Biro Iklan PT.Petakumpet Yogyakarta Dalam Menjaga dan Mempertahankan Klien Pada Tahun 2018”.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan menggunakan wawancara tidak terstruktur (wawancara mendalam) dengan informan. Selain menggunakan teknik wawancara mendalam, peneliti juga menambahkan teknik dokumentasi guna memperoleh data sekunder.

Analisis yang dilakukan peneliti lebih berfokus pada kegiatan atau aktivitas yang dilakukan *account executive* PT.Petakumpet Yogyakarta tahun 2018. Peneliti ingin melihat bagaimana aktivitas *account executive* biro iklan PT.Petakumpet melalui beberapa kegiatan dan pendekatan yang dilakukan pada tahun 2018.

*Account executive* sebagai media perusahaan dalam menyampaikan segala bentuk produk maupun jasa yang ditawarkan dan sebagai mediator antara perusahaan dengan klien serta mampu mengelola dan menjaga hubungan baik. Seorang *account executive* dalam sebuah agensi itu bagian yang menjembatani jalur komunikasi antara klien dengan agensi.

“*Account executive* merupakan jembatan antara agensi dan pihak klien yang menjembatani jalur komunikasi antara kedua belah pihak

tersebut. Mencakup menjaga hubungan, mengelola klien, dan hal-hal dari segi teknis seperti melakukan penawaran, *monitoring*, *budgeting*. (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

## 1. Peran *Account Executive* Biro Iklan PT Petakumpet

Klien merupakan aset penting dalam sebuah usaha bisnis maupun perusahaan. Tanpa adanya klien, perputaran roda perekonomian suatu bisnis juga tidak dapat berjalan dengan lancar karena adanya klien dapat mendatangkan profit. Dalam memperoleh klien dibutuhkan usaha yang cukup banyak dimulai dari membangun *networking* yang baik, kepercayaan bahkan juga tentunya didukung dengan sistem pemasaran yang mumpuni juga. Dalam dunia periklanan, seorang *account executive* ialah bagian yang memiliki tugas untuk berhubungan dengan klien dan menangani seluruh hal yang berkaitan dengan klien. *Account executive* biasanya juga memiliki andil dalam memperoleh klien. Namun, hal ini justru bertolak belakang dengan yang ada pada PT.Petakumpet Yogyakarta.

Pada penelitian ini, biro iklan PT. Petakumpet Yogyakarta ternyata memiliki dua tokoh penting yang mana keduanya berhubungan langsung dengan klien yakni *account executive* dan CEO (*Chief Executive Officer*). Keduanya memiliki peran penting dalam terjalinnya hubungan kerjasama dengan klien. *Account executive* pada biro iklan PTUP merupakan divisi yang berhubungan dengan klien, dan merupakan pihak yang

menjembatani seluruh bentuk kegiatan komunikasi antara pihak agensi dengan klien.

“Sebenarnya di PTUP yang berhubungan dengan klien itu ada dua, yakni dari sisi CEO dan *account executive*. Tapi untuk *account executive* atau *client service* disini tugasnya lebih banyak pada saat mulai *starting* seperti memberikan *treatment* dan *service* yang bagus ketika mulai dan menjaga kerjasama. (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Dari pernyataan hasil wawancara diatas, *account executive* PTUP lebih berfokus pada pengelolaan klien dan sebagai mediator penghubung antara klien dan pihak agensi. Pengelolaan klien yang dilakukan oleh *account executive* ini mencakup melakukan penawaran kerjasama, *monitoring*, *budgeting* dan menjaga hubungan tujuannya agar klien merasa nyaman dan puas selama menjalin hubungan kerjasama dengan pihak PTUP.

Sedangkan tugas untuk mencari klien tidak berada dibawah tanggungjawab *account executive*, hal ini disebabkan oleh tidak cukup luasnya *networking* yang dimiliki oleh Mareta Ayuningtyas selaku *account executive* PTUP Yogyakarta saat ini. Disamping itu, penggunaan strategi *door to door* yang dulu pernah digunakan dirasa tidak cukup efektif lagi karena tidak efisien dari segi waktu dan belum tentu berhasil untuk memperoleh klien. Itulah yang menyebabkan *account executive* PTUP lebih banyak bertugas dalam memberikan pelayanan pada klien. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang disampaikan oleh *account executive* PTUP Yogyakarta dibawah ini:

“Dulu *account executive* memang juga mencari klien, menemui klien satu demi satu untuk kirim *company profile*. Untuk sekarang sudah tidak menggunakan strategi *door to door* karena *account executive* tidak memiliki *networking* yang cukup luas. Selain itu juga memakan waktu, ditambah lagi hal tersebut juga belum tentu berhasil dalam menggait klien (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Dengan adanya kendala tersebut yang akhirnya membuat CEO PTUP dikatakan memiliki peran yang cukup penting. CEO PTUP disini memiliki peran untuk menggait klien agar tertarik bekerjasama dengan agensi iklan PTUP. CEO PTUP dipilih berdasarkan yang paling potensial berpengaruh dalam membawa peluang klien untuk masuk dan menggunakan jasa PTUP. Pemilihan CEO PT.Petakumpet Yogyakarta dalam mendukung memperoleh klien disebabkan karena *figure* ini dianggap memiliki *networking* yang cukup luas jika dibandingkan *account executive*-nya.

“Kita lebih menggunakan PT. Petakumpet-nya atau menggunakan *figure* yang paling dominan (yang punya network luas) yaitu pak Arief. Misalnya ada peluang dari yang dibawa Pak Arief, AE itu mensupport itu semua dalam artian kita menjaga agar peluang itu mencapai tujuannya (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 29 Juli 2019).”

Dengan demikian, *account executive* dapat menindaklanjuti peluang masuknya klien yang dibawa oleh CEO PTUP. Tindakan menindaklanjuti ini sebagai bentuk pengelolaan klien yang meliputi penawaran kerjasama, negosiasi, *monitoring*, *budgeting* dan menjaga hubungan serta komunikasi secara harmonis dengan klien. Ini diperlukan



untuk menjaga agar klien tetap tertarik menjalin hubungan kerjasama dengan agensi PTUP.

“Sebagai *account executive* harus menjaga peluang yang dibawa CEO ke perusahaan. Percuma jika banyak peluang datang, namun sebagai *account executive* tidak mampu mengelola dengan baik. Kegiatan pengelolaan itu perlu dilakukan untuk menjaga klien agar mereka (klien) tertarik dan puas dengan jasa yang kita berikan nantinya (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 29 Juli 2019).”

## 2. Upaya PT Petakumpet Yogyakarta Dalam Mendapatkan Klien

Setiap perusahaan atau pelaku bisnis dalam menarik klien atau calon konsumen tentunya memiliki beberapa cara atau strategi yang diterapkan untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Sama halnya dengan PT Petakumpet, yang mana pada tahun 2018 upaya perolehan klien pada biro iklan PT Petakumpet saat ini sudah tidak dilakukan melalui *account executive* yang menggunakan strategi *door to door* untuk mengirim *company profile* ke beberapa klien potensial. Hal ini dilatarbelakangi oleh persoalan efisiensi waktu dan belum tentu sepenuhnya mampu mempengaruhi klien agar tertarik bekerjasama dengan PTUP. Selain itu alasan lainnya disebabkan oleh *account executive* PTUP tidak cukup memiliki *networking* yang luas jika harus menggunakan strategi tersebut. Sedangkan yang memiliki *networking* yang cukup luas ialah CEO PTUP (M. Arief Budiman).

“Dalam mendapatkan klien dulu kita memang mengirim *company profile* PTUP ke daftar bisnis yang ada di Yogyakarta. Namun saat ini *account executive* disini sudah tidak menggunakan strategi *door to door*, karena biasanya kalau seperti itu *account*

*executive*-nya harus punya *networking* yang luas, sedangkan disini yang memiliki *networking* yang cukup banyak CEO-nya (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Oleh karena itu, sampai saat ini penggunaan strategi dengan memilih CEO sebagai pintu utama masuknya klien agar tertarik menjalin kerjasama dengan agensi PTUP dianggap sebagai langkah yang tepat karena *figure* CEO inilah yang memiliki *networking* yang cukup luas dan dominan berpengaruh dalam menarik klien.

*Networking* yang luas tersebut menjadi berkembang karena CEO PTUP aktif diberbagai kegiatan terkait industri kreatif. Mulai dari aktif menjadi narasumber dalam acara workshop, seminar *creative entrepreneur*, dan juga tergabung dalam beberapa organisasi yakni P3I DIY (Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia), serta menjabat sebagai Sekjen ICCN (*Indonesia Creative Cities Network*).

“Pak Arief secara personal mulai banyak terekspos juga turut membantu memberikan pengaruh untuk mendatangkan klien terutama klien nasional. Karena Pak Arief juga membawa nama PTUP, ditambah lagi Pak Arief aktif di beberapa organisasi yang terkait kreatif dan periklanan. Seperti di P3I DIY, ICCN. Ekspose secara personal Pak Arief itulah membantu membangun persepsi publik mengenai kekuatan *brand* PTUP (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 27 Juli 2019).”

*Account executive* PTUP menambahkan jika *networking* dan kekuatan *personal branding* yang dibangun oleh CEO PTUP lah yang ikut memberikan pengaruh untuk menarik klien datang bekerjasama. Karena dalam berbagai kegiatan yang diisi atau dihadiri oleh Pak. Arief, beliau selalu membawa nama PT.Petakumpet Yogyakarta dan hal

tersebut turut berpengaruh membangun persepsi publik mengenai kekuatan *brand* PTUP. Persepsi tersebut menimbulkan kepercayaan dan ketertarikan publik khususnya para pelaku bisnis untuk mempercayai dan menggunakan jasa PTUP.

**Gambar 3.1 Workshop Mengenai *Brand 4.0* Tantangan Brand di Era Ketidakpastian**



Sumber: [https://www.instagram.com/p/Bp0\\_kOcAOjm/](https://www.instagram.com/p/Bp0_kOcAOjm/)

Berikut beberapa contoh kegiatan yang dihadiri dan pembicaranya diisi oleh CEO PT. Petakumpet Yogyakarta adalah *workshop* dengan tema “Brand 4.0 Tantangan Brand di Era Ketidakpastian” ini telah terselenggarakan pada bulan November 2018 lalu tepatnya di Sleman Creative Space dengan beberapa pembicara yang berkompeten dibidang periklanan.

**Gambar 3.2 Sesi Tanya Jawab Dalam Acara ICCF  
(Indonesia Creative Cities Festival) 2018**



**Sumber:** <https://www.instagram.com/p/BpB0l3fge17/>

ICCF (*Indonesia Creative Cities Festival*) 2018 juga salah satu acara yang dihadiri oleh M. Arif Budiman (CEO PT.Petakumpet) dengan membawakan materi “Hidden Power of Local Content”, dijelaskan dalam gambar tersebut beliau merupakan *brand consultant* dan pada saat itu menjabat sebagai PLT Ketua Umum ICCN.

Kehadiran melalui jalur seperti itulah yang dianggap secara tidak langsung juga turut berkontribusi membentuk reputasi dan penilaian tersendiri di mata publik perihal PT.Petakumpet sebagai perusahaan periklanan. Serta sebagai media untuk membangun citra, promosi, memperkenalkan, menjalin hubungan yang baik sehingga mempermudah proses pemasaran.

### **3. Aktivitas Account Executive Biro Iklan PT Petakumpet**

Dalam mendukung aktivitas *account executive*, saluran komunikasi yang dipilih oleh PTUP lebih banyak menggunakan saluran komunikasi personal. Komunikasi personal yang sering dilakukan

biasanya melalui pertemuan langsung maupun *by phone* seperti via whatsapp, telegram dan juga email. Hal ini disebabkan karena klien membutuhkan respon yang cepat dan tepat dalam suatu hubungan kerjasama. Maka dari itu untuk memenuhi kebutuhan tersebut, *account executive* PTUP memilih menggunakan saluran komunikasi personal agar mendapatkan *feedback* secara langsung.

“Untuk kasus yang berhubungan dengan klien, kita memfokuskan pada penggunaan saluran komunikasi personal, baik itu secara tatap muka langsung atau melalui media online seperti *whatsapp, telegram, email*. Karena klien, itu butuh respon yang cepat dan tepat. Jadi untuk memenuhi itu semua kita menggunakan saluran komunikasi personal. (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 29 Juli 2019).”

Dalam proses berkomunikasi *account executive* PTUP mengusahakan untuk menggunakan media komunikasi tertulis yang mana bentuk komunikasi tersebut nantinya bisa dipertanggungjawabkan. Sepertinya halnya dalam membahas detail pekerjaan atau revisi proyek melalui *whatsapp, telegram atau email*. Hal tersebut bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman pada saat berkomunikasi dengan klien.

“Komunikasi masalah kerjaan kita usahakan tertulis atau hitam diatas putih karena ada bukti dan bisa dipertanggungjawabkan. Apalagi terkait detail *project* yang dikerjakan, jadi biar klien tidak lupa juga dan tidak terjadi *miss communication*. Kalo telepon itu buat klarifikasi aja biasanya biar semua lebih *clear* (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 29 Juli 2019).”

Berdasarkan hasil wawancara peneliti di lapangan, saluran komunikasi personal digunakan agar penyampaian pesan lebih optimal

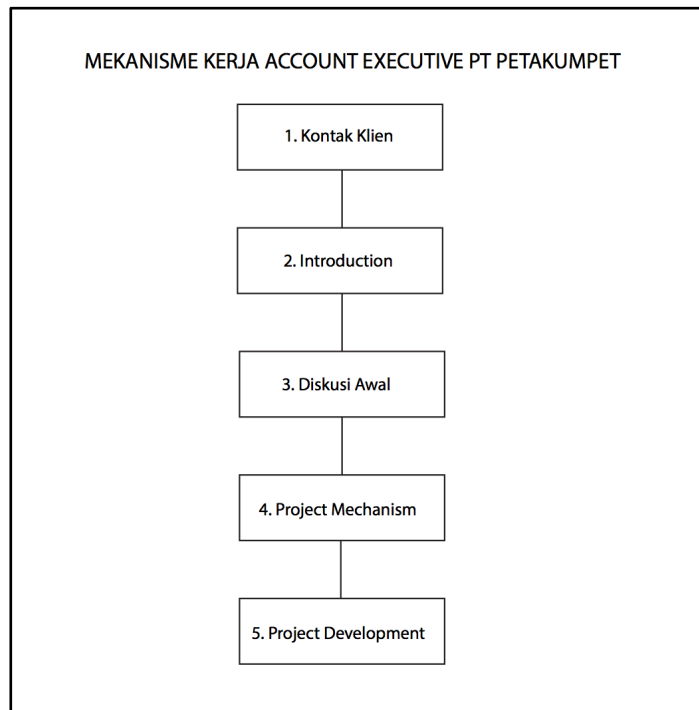
dalam membahas detail-detail proyek secara personal. Disamping itu penggunaan media sosial untuk berkomunikasi dengan klien dirasa cukup efektif dan tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya.

“Kita komunikasi dengan klien itu juga ada lewat chat WA, ataupun telegram dari yang mulai personal dan juga grup dan itu semua buat mengkomunikasikan soal detail kerjaan. Dan kalo lewat media sosial kan semua lebih cepet responnya ya dan nggak mengeluarkan banyak biaya maupun energi. Karena klien itu juga nggak suka digantungin jadi kita harus sebisa mungkin responsif (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 29 Juli 2019).

**a. Mekanisme Kerja Account Executive PT.Petakumpet Yogyakarta**

*Account executive* merupakan penghubung antara pihak agensi dan klien. Dalam setiap aktivitasnya, seorang *account executive* harus bisa memberikan pelayanan sebaik mungkin dan memahami kebutuhan dan keinginan klien. Dalam menyelesaikan atau menangani suatu *project* seorang *account executive* dibantu oleh tim yang lainnya, sehingga dengan adanya kolaborasi dan koordinasi kerjasama yang baik mampu menciptakan hubungan kerja yang harmonis sehingga hal tersebut berpengaruh positif pada hasil kinerja seluruh tim. Secara umum mekanisme kerja seorang *account executive* PTUP adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.3 Struktur Mekanisme Kerja Account Executive PT Petakumpet**



### **1) *Contact Client***

Tahap kegiatan yang pertama yang dilakukan *account executive* PTUP menghubungi calon klien untuk mengadakan perjanjian bertemu secara langsung untuk melakukan diskusi perihal permasalahan klien.

“Aktivitas pertama yang dilakukan sebagai *account executive* kita minta kontak klien tujuan agar koordinasinya mudah, jelas juga kita nanti bakal berhubungan dengan pihak yang mana saja, dan tentu saja kalau kita punya *contact client* digunakan untuk menghubungi klien guna membuat janji bertemu ataupun untuk diskusi (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

## 2) *Introduction*

Pada tahap ini adalah momen *account executive* pertama kali bertemu dengan klien. Pada bagian ini *account executive* PTUP memperkenalkan diri, bersikap ramah, senyum. Hal ini bertujuan untuk membangun kesan yang baik di benak klien dan nantinya diharapkan membawa pengaruh baik pada hubungan kerjasama.

“Untuk pertama, kegiatan *account executive* itu pasti kalau ketemu klien secara *face to face* ya kita jabat tangan, berpenampilan bersih, rapi dan sopan, sikap ramah mempersilahkan, memperkenalkan diri, dan juga senyum itu perlu biar orang itu senang komunikasi sama kita, dengan begitu nanti diharapkan membawa dampak yang positif ke hubungan kerjasama yang berjalan. Tapi kalau memang dipertemuan awal tidak bisa bertatap muka langsung, biasanya kita akan berkomunikasi melalui *personal contact* saja (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

## 3) *Diskusi Awal*

Setelah itu, tahap berikutnya yang dilakukan *account executive* adalah melakukan pertemuan langsung dengan calon klien yang sebelumnya sudah dihubungi untuk membuat janji bertemu karena memang untuk diskusi awal lebih disarankan untuk bertemu secara langsung, dan jika memang secara teknis tidak memungkinkan biasanya klien kirim data lalu kita pahami dan komunikasi *by phone*. Pada diskusi awal ini, antara klien dan *account executive* membahas perihal permasalahan klien mulai dari menggali data, memetakan problem-problem klien, memahami objektif yang diinginkan klien. Diskusi awal ini dianggap penting



karena digunakan untuk melihat dan menyamakan frekuensi cocok atau tidak untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya. Jika sesuai, maka akan dilakukan *dealing project*.

“Kita biasanya melakukan diskusi awal dan sebisa mungkin untuk *face to face* tujuannya untuk menyamakan frekuensi kira-kira cocok apa enggak dan lebih baik ya tatap muka langsung. Tapi jika memang ada satu dan lain hal yang tidak memungkinkan untuk bertemu biasanya klien kirim data lalu kita komunikasi via telepon saja. Di diskusi awal itu kita harus mulai menggali data, memetakan problem-problem klien, dan mencari tau objektif apa yang sebenarnya diinginkan klien bertemu. Ibaratnya kegiatan ini seperti bentuk PDKTnya kita dengan klien (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Mareta Ayu mengatakan, tujuan kegiatan diskusi awal untuk menyamakan frekuensi melalui *sharing problem* tadi. Dari diskusi bisa dilihat kira-kira kedua belah pihak sejalan atau tidak, kesepakatan yang dihasilkan sejalan dengan kemauan calon klien, kedua belah pihak merasa nyaman dan senang saat berdiskusi, jika sebaliknya berarti biasanya frekuensinya tidak sesuai.

“Cocok atau tidaknya frekuensi kita itu bisa dilihat saat ngobrol diskusi kira-kira bantrol atau tidak, obrolan-obrolan nyambung, diskusi berjalan menyenangkan, dan biasanya kita satu pemikiran dengan klien. Jika sebaliknya, klien ngotot dengan argumennya lalu ditambahi dengan gaya bicara yang kurang mengenakan, dikasih masukan susah, dari diskusi tidak sepakat tidak ada titik temu, itu frekuensinya tidak cocok (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Hal ini serupa dengan yang dijelaskan oleh klien PTUP yang menjelaskan bahwa indikator frekuensi sejalan dalam diskusi awal itu dapat dilihat dari adanya pemikiran yang sama, apa yang

diinginkan klien sejalan dengan konsep yang dijelaskan oleh tim PTUP, dan tentunya semua berjalan dengan memuaskan.

“Indikator bahwa kita satu frekuensi itu ya bisa dilihat dari apa yang kita mau PTUP bisa berikan dan itu sesuai dengan pemikiran serta selera kita. Kita ada titik temu. Dan disitu sangat menyenangkan dan memuaskan sekali kinerjanya (hasil wawancara dengan klien PTUP, Bramono Filardhy pada tanggal 5 September 2019).”

Sedangkan dalam proses diskusi yang dimaksudkan dalam menggali data ialah *account executive* mulai mencari tau lebih lanjut mengenai produk yang dimiliki klien itu seperti apa, bergerak dibidang apa, *unique selling point*-nya dimana, kondisi pasarnya bagaimana, dan kondisi selama ini yang sudah pernah dialami seperti apa. Dalam fase ini biasanya klien hanya mengungkapkan hal-hal pokok yang menjadi inti permasalahannya.

#### 4) *Project Mechanism*

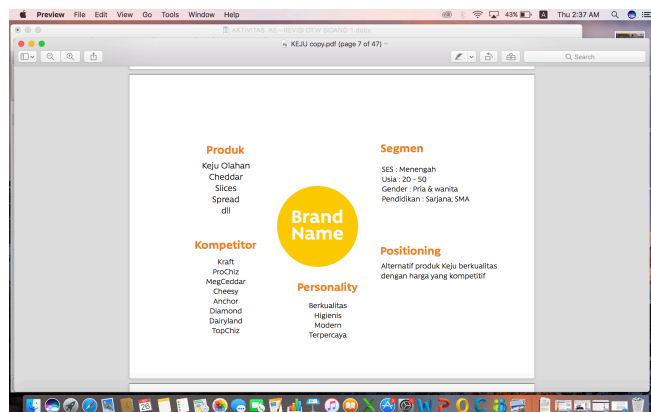
Menurut *account executive* PTUP, Mareta Ayuningtyas tahap yang dilakukan setelah memperoleh data mengenai keseluruhan dari problem klien ialah *account executive* mengajukan *quotation* yang perlu dikeluarkan dan dibebankan kepada klien. Di tahap ini biasanya juga terjadi negoisasi harga apabila penawaran yang diberikan dirasa tidak seseuai menurut klien. Jika dalam negosiasi tersebut tercapai kesepakatan maka bisa dilakukan *job confirm* yang artinya klien sudah bersedia melakukan kerjasama dengan pihak agensi iklan dan bisa melakukan diskusi lebih intens untuk *gathering*

data. Dari segi administrasi pada saat *job confirm*, klien juga diminta menyelesaikan proses *down payment* (DP) terlebih dahulu sebelum beralih ke tahap selanjutnya yakni *project development*.

### 5) *Project Development*

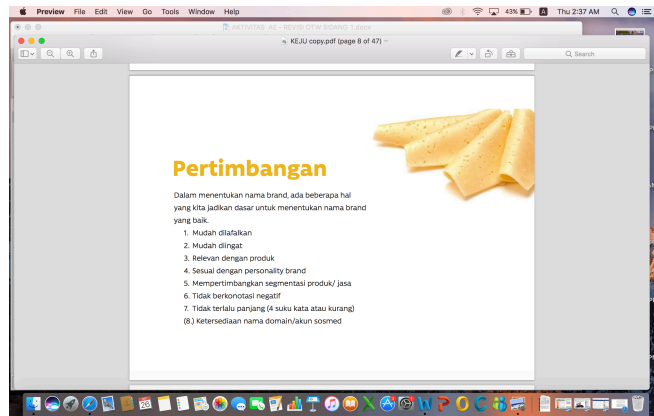
Setelah *job confirm*, seorang *account executive* memperoleh data yang biasanya berisi berbagai macam informasi perihal seperti data produk, data kompetitor, target segmentasi market, *positioning* dan rumusan strategi kreatif. Dibawah ini terdapat contoh brief yang dibuat *account executive* yang diperoleh dari data klien PT.Petakumpet.

Gambar 3.4 Contoh brief dari data klien PT.Petakumpet



Sumber: PT. Petakumpet Yogyakarta

**Gambar 3.5** Contoh brief dari data klien PT.Petakumpet



**Sumber:** PT. Petakumpet Yogyakarta

Pada tahap ini seorang *account executive* bertanggungjawab menyiapkan dan menyampaikan kreatif brief yang ada kepada tim kreatif sehingga tim kreatif dapat melaksanakan tugasnya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan klien. Serta bisa sesuai dengan timeline dan *deadline project* yang sudah ditetapkan. Di tahap ini juga memungkinkan adanya revisi bahkan mungkin sampai beberapa kali, itu semua sesuai dengan kehendak klien dan saran dari pihak agensi iklan. Namun, jika *purpose* awal direview sudah disetujui dan tidak ada revisi dari klien maka bisa langsung *final artwork (FA)* langsung dan eksekusi. Penting bagi seorang *account executive* bertanggungjawab melaksanakan koordinasi bersama atasan maupun staff department yang lain (termasuk tim kreatif) berkaitan dengan order yang diterima guna seluruh proyek yang dikerjakan berjalan dengan baik dan tepat. Selama proses *development project* juga dilakukan *monitoring* untuk memastikan semua yang menjadi

tanggung jawab pengelolaan *account executive* sesuai dengan harapan.

“Dari diskusi intens untuk *gathering* data, *account executive* disitu harus membuat *brief* dari data yang diperoleh tadi. Lalu diserahkan ke kreatif lalu tim kreatif ngolah *brief* tersebut, hingga diajukan ke klien. Disitu kita lakukan monitoring juga sampai selesai (*final art*). Dan jika sampai ada pembelian media, AE masih harus menangani itu semua (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Jika project yang dikelola sudah selesai secara keseluruhan, wajib bagi klien untuk melakukan pelunasan biaya secara administrasi.

**b. Pendekatan Komunikasi Interpersonal Yang Dilakukan *Account Executive* di PT.Petakumpet Yogyakarta Dalam Menjaga Klien**

Ketidakikutsertaan *account executive* PT Petakumpet dalam berperan mencari klien dan lebih fokus berperan dalam mengelola klien meliputi penawaran kerjasama, negosiasi, *monitoring*, *budgeting* dan menjaga hubungan serta komunikasi secara harmonis dengan klien inilah yang mengharuskan *account executive* Petakumpet memiliki kompetensi interpersonal. Hal ini diperlukan untuk menjaga agar klien tetap tertarik menjalin hubungan kerjasama dengan agensi Petakumpet. Karena hal ini berkaitan dengan interaksi antara klien dan *account executive*, maka untuk mengelola atau menjaga klien *account executive* PT Petakumpet menyebutkan hal utama untuk menjaga klien agar tertarik menjalin hubungan kerjasama yaitu dari segi pelayanan mencakup komunikasi.

“*Account executive* harus menjaga peluang yang ada. Percuma jika banyak peluang datang, namun sebagai *account executive* tidak mampu mengelola dengan baik. Kegiatan pengelolaan itu perlu dilakukan untuk menjaga klien agar mereka (klien) tertarik dan puas dengan jasa yang kita berikan nantinya. Salah satunya lewat komunikasi yang dilakukan agar klien itu paham dengan apa yang kita sampaikan, kalau klien jelas dan sepaham dengan kita itu akan mempengaruhi mereka buat menjalin kerjasama dengan kita (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 29 Juli 2019).”

Pendekatan komunikasi interpersonal memiliki peranan yang sangat penting dalam menjaga kelangsungan suatu hubungan kerjasama. Komunikasi interpersonal ini harus memiliki hubungan yang erat dengan keakraban, kedekatan, dan juga kenyamanan sehingga nantinya dapat menciptakan komunikasi yang efektif dengan lawan berkomunikasi yang juga akan dijadikan sebagai target klien yang dituju.

Pendekatan yang dilakukan untuk mengelola klien meliputi bagaimana *account executive* memberikan pelayanan.

“kalo ada klien datang ya, *account executive* disini ibaratnya melayani, ya mulai mempersilahkan masuk, menyediakan minum, lalu dari situ kita menanyakan perlu bantuan apa misalnya “ada yang bisa kami bantu Pak/Bu? manggake gitu ibaratnya. Nah hal-hal seperti itu harusnya sudah bisa ditangkap dengan sigap oleh *client service*.” (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).

*Account executive* menambahkan jika dalam berkomunikasi dengan klien harus memiliki sikap ramah, sigap, menerima kedatangan klien dengan baik, memberikan kesan pertama yang baik juga. Lalu

diikuti dengan menanyakan ada permasalahan apa dan apa kebutuhan klien.

“Saat bertemu klien, kita sebagai *account executive* harus berpenampilan yang bersih, rapi dan sopan. Enak dilihat itu harus ya karena ketemu sama klien gitu biar kesannya juga baik. Dari segi komunikasi harus jelas, ramah, berbicara lancar, *simple* tidak bertele-tele, kalo komunikasi jelas klien juga akan paham sama apa yang kita omongin. (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).

Hasil wawancara dengan klien PTUP :

“Secara kinerja bagus ya, terus *personality* juga bagus, ramah. Komunikasinya juga jelas. Responnya cepat (hasil wawancara dengan klien PTUP, Bramono Filardhy pada tanggal 5 September 2019).”

Kesan pertama yang baik ditumbuhkan oleh *account executive* melalui mengusahakan berpenampilan bersih, rapi, sopan dan menarik tujuannya untuk membangun persepsi yang baik dimata klien. Upaya membangun kesan yang baik tersebut didukung dengan cara berkomunikasi yang baik seperti berbicara dengan lancar, penyampaian pesan secara *simple* dan jelas, serta intonasi jelas.

*Account executive* PT Petakumpet menambahkan bahwa pada saat memberikan pelayanan perlu memperhatikan ketepatan dan kecepatan dalam merespon hal ini disebabkan karena klien butuh kejelasan informasi dan tidak suka digantung. Terlebih jika komunikasi yang dilakukan melalui saluran komunikasi personal yaitu melalui tatap muka ataupun *personal contact* (*chat by whatsapp, telegram* maupun *email*) karena hal tersebut bisa menimbulkan perbedaan persepsi jika *how to*-nya tidak tepat.

“Saat berkomunikasi juga harus memiliki ketepatan dan kecepatan respon karena klien itu butuh kejelasan informasi, tidak suka digantung dan yang terpenting ngomongnya jangan ngasal karena bisa terjadi perbedaan persepsi (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).

Kompetensi dalam merespon klien juga perlu diperhatikan, *account executive* harus responsif dan sebisa mungkin agar penyampaian pesan bisa diterima dengan baik oleh klien. Kemampuan dalam merespon sangat penting dalam menjaga hubungan dengan klien. Dalam hal proyek, *account executive* harus merespon keinginan dan kebutuhan klien dengan cepat dan tepat, karena pada dasarnya seorang klien tidak suka dengan respon yang lama.

“Kemampuan merespon itu penting ya dalam mengelola klien. Salah merespon saja bisa berantakan. Misalnya dalam hal proyek, klien minta sabtu selesai padahal kita sabtu libur ya kita harus komunikasikan dengan tim yg lain kira-kira bisa selesai kapan. Nggak bisa *account executive* bilang “Nggak bisa Pak hari senin saja”. Paling kita respon dulu “Mohon maaf Pak, karena kita hari sabtu libur. Untuk penyelesaian detail yang ini mohon menunggu update dari kami selanjutnya karena kita perlu mengkomunikasikan dengan tim kreatif terlebih dahulu” Kurang lebih kayak gitu jadi ya klien nggak dibikin kesel duluan dan nggak dibikin cemas itu lebih baik dan itu semua mempengaruhi hubungan klien dan *account executive* kalo seandainya kita nggak pinter dalam merespon (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Pelayanan dalam memberikan respon dengan cepat dan tepat itu juga menentukan klien ini puas terhadap pelayanan yang kita berikan dan mampu memberikan solusi terhadap permasalahan klien. Jika klien sudah merasa senang dan puas otomatis klien akan mempercayai biro iklan ini.



Sementara membangun kesesuaian emosional juga diperlukan karena dalam menjaga hubungan dengan klien seorang *account executive* haruslah tetap tenang di setiap kondisi dan tidak boleh reaktif misalnya saat klien merasa keberatan atau pada saat mengungkapkan bentuk *complain*-nya.

“Sebenarnya kita juga nggak selalu positif ya, tapi yang namanya *account executive* ya kalau ada klien yang marah-marah atau *complain* gitu kita juga nggak bisa langsung reaktif respon, ikut marah-marah. Kita dengarkan dulu maunya apa biasanya, kalau udah ya kita komunikasikan baik-baik, ya lagi-lagi harus pinter *how to*-nya itu tadi, itu penting, harus punya kepekaan juga (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).

*Account executive* PT. Petakumpet menambahkan :

“Sejauh ini tidak pernah berantem ya dengan klien atau yang sampe bagaimana gitu, cuman kalau salah satu lagi memiliki emosi yang beda seperti lagi emosi lebih baik tidak usah bereaksi dulu. Kuncinya itu ada dicara ngomong, cara bereaksi, cara menyampaikan (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).

Selain itu, hubungan kerjasama yang dilakukan untuk menjaga klien PTUP tidak memiliki kesepakatan siapa yang mengontrol siapa dan bagaimana. Hal ini disebabkan *account executive* beranggapan bahwa hubungan kerjasama yang terjalin merupakan hubungan *partnership* dan tidak ada yang mendominasi satu sama lain. Disamping itu, hubungan kerjasama ini ialah hubungan yang saling memerlukan satu sama lain.

“sebenarnya kita nggak ada kesepakatan siapa yang ngontrol siapa ya karena hubungan ini sifatnya *partnership*, kita sama-sama membutuhkan. Cuman kan ya namanya klien kadang ada

aja karena merasa punya uang, jadi ya semauanya. Tapi kita kan lebih ke *brand*-nya bukan ke kliennya. Jadi kalo ada perbedaan pendapat ya tetep kita coba komunikasikan dulu (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).

Tujuan dilakukannya pendekatan-pendekatan ini agar komunikasi yang berjalan tidak berjalan kaku dan klien merasa nyaman. Hal ini penting karena bagi perusahaan pelayanan selain harus memiliki kemampuan dari segi teknis pekerjaan diperlukan pula kemampuan berkomunikasi untuk menjaga hubungan baik dengan klien. Dengan begitu *account executive* PTUP memaparkan bahwa perlu adanya upaya membangun keakraban dengan klien supaya hubungan dan komunikasi berjalan dengan lebih mudah.

“Untuk membangun keakraban biasanya kita buat untuk tidak terlalu formal komunikasinya, ngajak ketemu, ngobrol sembari ngopi di café, ataupun makan bareng. Menjamu klien lewat momentum seperti itu biasanya dapat meningkatkan keakraban dan nggak harus ngomongin soal kerjaan juga. Bahkan terkadang melalui obrolan-obrolan santai itu bisa mendapatkan *insight* kerjaan. Dengan hal-hal begitu klien bisa merasa memperoleh pelayanan yang bagus dan komunikasi selanjutnya menjadi lebih enak (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).

*Account executive* PTUP menjelaskan untuk membangun keakraban itu dimulai dari membuat komunikasi lebih santai dan akrab namun juga tetap sopan. Selain itu juga dengan meluangkan waktu bersama seperti mengadakan jamuan klien lewat ajakan ngopi atau makan bersama. Hal ini tidak harus membicarakan soal pekerjaan namun juga obrolan-obrolan santai lainnya seperti membicarakan hobi. *Account*

*executive* PTUP menjelaskan bahwa pendekatan ini tak hanya dilakukan perseorangan oleh *account executive* saja, namun juga dilakukan oleh beberapa tim yang lain dan itu berjalan sewajarnya saja tidak dilebih-lebihkan. Disamping itu, pendekatan ini digunakan untuk melatih kemampuan komunikasi interpersonal dari semua staff PTUP yang menjalin hubungan kerjasama dengan klien.

“Komunikasi interpersonal itu dasar, salah satu kemampuan yang memang harus dimiliki semua *frontline* agensi entah itu *account executive*, *CEO*, *creative director*, atau siapapun yang berhubungan dengan klien. Dan disini nggak cuman AE sebenarnya yang melakukan atau membangun kedekatan dengan klien karena kita team. Teman-teman yang lain pun juga melakukan hal yang sama seperti Pak Itok, Mas Rizal dan lain-lain. Biasanya kita ajak ngopi di café sebelah sekedar ngobrol-ngobrol ringan (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Peran mengelola klien ini penting dan semua rantai harus berkesinambungan. Menurut *account executive* dalam mengelola klien tak hanya dari segi kompetensi komunikasi yang diperhatikan namun juga dari segi kualitas pekerjaan yang dihasilkan juga harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan klien. Hal ini disebabkan, cara pengelolaan atau melayani klien itu mampu mempengaruhi loyalitas klien terhadap PT.Petakumpet ke depannya.

“Untuk membuat klien merasa senang berhubungan dengan apa kita itu tidak hanya dilakukan melalui membangun keakraban, respon yang cepat dan tepat, mengontrol tingkat emosi, tapi juga dari segi *project* kita harus tepat waktu sesuai *deadline*, dan hasil yang diberikan sesuai dengan harapan klien. Kalau cuman salah satu yang jalan maka bisa saja klien akan *satisfied* dengan kita. Itu sebagai bentuk cara kita menjaga klien (hasil

wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang industri kreatif khususnya periklanan, penting bagi PTUP untuk mengelola hubungan yang baik dengan klien meskipun hubungan kerjasama sudah tidak dilakukan lagi. Sama halnya dalam berinteraksi dengan klien, seorang *account executive* memerlukan cara yang tepat guna mengelola hubungan yang baik dengan klien yang nantinya dapat digunakan untuk mendukung upaya dalam menarik klien. Hal-hal yang biasa dilakukan

“Sebenarnya ada beberapa hal yang digunakan untuk mengelola hubungan baik dengan klien semata-mata untuk menjaga komunikasi dan silaturahmi dengan klien meskipun udah enggak kerjasama. Secara *corporate* kita biasanya memanfaatkan momentum tertentu misalnya pada waktu Idul Fitri atau pun Hari Natal. Biasanya cuman *say hi*, menanyakan kabar, ngajak ketemuan, atau mengirimkan bingkisan untuk *reminding* klien mengenai PTUP. Dengan begitu ketika klien ada keperluan, salah satu *top of mind* nya PTUP (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).

#### **4. Kendala Yang Dihadapi *Account Executive* PT.Petakumpet**

Dalam menjalankan sebuah kegiatan tidak akan terlepas dari faktor penghambat atau kendala. *Account executive* dalam menjalankan tugasnya juga memiliki beberapa kendala yang pastinya harus dihadapi dan ditemukan solusinya.

Mareta Ayuningtyas selaku *account executive* PTUP mengatakan bahwa terdapat beberapa kendala yang biasanya dihadapi oleh *account*

*executive* PT.Petakumpet Yogyakarta diantaranya perihal persaingan harga, adanya sistem regulasi dari tim in-house klien, permintaan klien terlalu banyak tapi *budget* minim, pemahaman klien yang cenderung *product owner* menjadi kendala yang paling sering ditemukan saat menjalin kerjasama itu.

“Kendala yang sering ditemui dilapangan itu malah soal harga, klien mendapat penawaran harga yang lebih menggiurkan di biro iklan lain (kompetitor). Lalu adanya sistem regulasi dari pihak tim in-house klien terkait budget yang biasanya memutuskan hubungan kerjasama. Tuntutan dan permintaan klien yang terlalu banyak namun budget tidak sesuai. Pemahaman klien mengenai brand yang cenderung menggunakan perspektif *product owner* daripada *product konsumen* yang terkadang menyebabkan perbedaan pendapat (hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Beberapa hal diatas menyebabkan seorang *account executive* harus mampu menghadapi dan mampu memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi. Cara yang dilakukan *account executive* dalam menghadapi kompetitor pada ketatnya persaingan pasar industri periklanan seperti melakukan negosiasi harga atau dengan memberikan diskon. Namun jika kedua alternatif tersebut tidak menemui titik tengah, *account executive* biasanya memberikan penawaran untuk pengambilan jumlah item yang akan diambil oleh klien disesuaikan dengan *budget* mereka. Ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan terhadap *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta pada tanggal 15 Juli 2019 :

“Biasanya solusi yang kita kasih jika untuk persaingan harga biasanya kita strateginya bisa dilakukan dengan negosiasi harga atau dengan pemberian diskon, bisa juga dengan memberikan alternatif jumlah pengambilan item sesuai dengan budget yang mereka punya

(hasil wawancara dengan *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta, Mareta Ayuningtyas pada tanggal 15 Juli 2019).”

Sedangkan solusi untuk permasalahan *mindset product owner* ini, biasanya diselesaikan dengan cara memberikan pemahaman atau edukasi kepada klien yang sulit menerima masukan dari tim Petakumpet selaku patner kerjasama bahwa *mindset product consumer* itu juga semata-mata untuk mendukung kebutuhan dan keberlangsungan *brand* dari bisnis klien yang sedang ditangani.

## **B. Pembahasan**

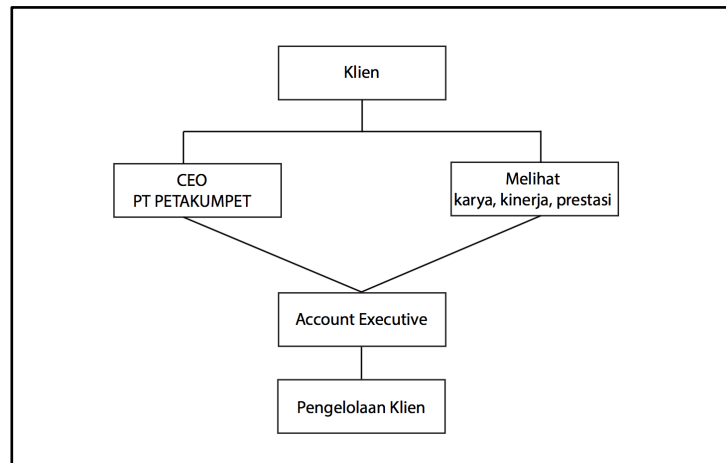
Pada sub bab ini, peneliti akan memaparkan analisis dari sajian data yang telah diperoleh melalui wawancara dengan informan dan juga melalui dokumen-dokumen yang relevan dengan penelitian ini. Analisis pada sub bab ini akan mengacu pada proses penerapan aktivitas *account executive* biro iklan PT.Petakumpet Yogyakarta 2018 sebagai upaya untuk memperoleh klien.

### **1. Peran *Account Executive* PT.Petakumpet Yogyakarta**

Pada umumnya aktivitas *account executive* juga berperan mencari klien seperti yang dijelaskan oleh Kriyantono (2013:68) dalam buku “Manajemen Periklanan” yang menyebutkan bahwa *account director* dalam biro iklan merupakan orang yang bertugas memfasilitasi kepentingan klien dan biro iklan. Divisi ini membantu pimpinan biro iklan dan departemen pemasaran untuk menjalankan fungsi *salesman*, yang bertugas mencari klien atau menawarkan jasa biro iklan yang mana dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh *account executive* dan asisten *account executive*.

Pada penelitian di biro iklan PTUP ini upaya mendapatkan klien itu melalui dua sumber yakni karena dominasi peran CEO PTUP yang turut membawa peluang masuknya klien ke biro iklan PTUP dan juga didasari oleh klien datang sendiri ke PTUP karena melihat karya, kinerja, dan juga prestasi dari PTUP.

**Gambar 3.6 Pola Aktivitas Account Executive PT Petakumpet Dalam Mendapatkan Klien**



Peranan *account executive* pada PT Petakumpet hanya berfokus dalam menjembatani keinginan dan kebutuhan klien melalui pengelolaan klien berdasarkan adanya peluang klien yang masuk, yang mana pengelolaan klien tersebut mencakup pelayanan seperti komunikasi, penawaran kerjasama, negosiasi harga, *deadline* pekerjaan, *monitoring*, *budgeting*, pengelolaan proyek kerjasama dan hubungan kerjasama yang baik.



## 2. **Aktivitas Account Executive Biro Iklan PT Petakumpet**

Aktivitas *account executive* lebih terfokus pada penggunaan saluran komunikasi personal baik secara tatap muka langsung maupun melalui media online seperti *whatsapp*, *email*, dan telegram. Penggunaan saluran komunikasi personal ini bertujuan agar segala bentuk komunikasi baik diskusi, presentasi, ataupun menjaga hubungan dengan klien dapat terfokuskan dan lebih optimal penyampaiannya kepada target sasaran. Penggunaan media online *whatsapp*, *email*, dan telegram juga digunakan untuk mendukung proses komunikasi jika tidak memungkinkan untuk bertatap muka secara langsung namun tetap butuh respon cepat.

Penggunaan saluran komunikasi personal menjadi pilihan yang tepat karena saluran komunikasi ini menimbulkan *feedback* secara langsung yang mana untuk menjaga klien, diperlukan adanya respon yang cepat dan langsung. Penggunaan saluran komunikasi personal memiliki keuntungan yaitu dapat menyasar langsung ke target yang spesifik dan dapat bertatap muka langsung dengan target sasaran sehingga menimbulkan komunikasi dua arah yang interaktif sehingga dapat menarik perhatian target. Hal ini sesuai dengan teori yang dijelaskan Tjiptono (2008:512) bahwa saluran komunikasi personal merupakan komunikasi yang didalamnya terdapat dua orang atau lebih yang saling berkomunikasi baik secara tatap muka, *via e-mail*, *online*

*chatting*, maupun dalam bentuk presentasi. Saluran komunikasi personal ini efektif karena didalamnya terjadi pertemuan dan umpan balik pribadi.

**a. Pendekatan Komunikasi Interpersonal Yang Dilakukan Account Executive PT Petakumpet Dalam Menjaga Klien**

Dalam menjaga klien melalui menjalin hubungan kerjasama dengan klien, *account executive* sudah melakukan beberapa langkah sesuai dengan yang dijelaskan oleh Rakhmat (2013:124) yang mengatakan bahwa dalam berinteraksi dengan klien, *account executive* memerlukan komunikasi yang tepat guna melakukan hubungan yang baik bersama klien diantaranya keakraban, kontrol, respon yang tepat, kesesuaian suasana emosional.

Menurut peneliti langkah yang dilakukan oleh *account executive* PTUP sudah tepat. Namun hasil yang peneliti peroleh, *account executive* PTUP hanya melakukan tiga pendekatan tersebut dari 4 langkah yang dijelaskan oleh teori.

Pendekatan melalui membangun sebuah keakraban dengan klien telah diterapkan oleh *account executive* dan juga timnya guna menciptakan hubungan dan komunikasi yang baik dengan cara mengajak ketemuan baik untuk diskusi, atau sekedar ngopi di café bersama, makan bersama, serta mengirim bingkisan diwaktu tertentu atau dilakukan dengan memanfaatkan momentum Idul Fitri/Natal.

Membangun keakraban tersebut itu tidak hanya dilakukan oleh *account executive* melainkan tim yang lainnya.

Sementara dalam hal merespon, yang dilakukan *account executive* PTUP ialah memberikan respon yang cepat dan tepat pada saat berkomunikasi dengan klien ataupun menanggapi keluhan dari klien. Hal ini dikarenakan klien lebih tertarik dengan pelayanan komunikasi yang tepat dan cepat, dan jelas. Ketepatan merespon ini juga perihal bagaimana *account executive* merespon keluhan klien dengan solusi atau pemecahan masalah bukan dengan respon penolakan ataupun ketidakpastiaan informasi.

Kesesuaian emosional juga dijaga saat mengelola klien. Pengelolaan klien dalam kesesuaian emosional ini dilakukan dengan cara *account executive* sebisa mungkin tidak reaktif jika berhadapan dengan klien yang sedang memiliki tingkatan emosional yang berbeda sepertinya halnya marah ketika mengutarakan keluhan. Interaksi tidak akan stabil jika masing-masing pihak memiliki suasana emosi yang berbeda, besar kemungkinan salah satu pihak akan mengakhiri interaksi. Oleh karena itu diperlukan kompetensi dalam mengatur emosional pada saat menjaga hubungan dengan klien.

Perihal kesepakatan mengontrol, tidak dilakukan karena hubungan antara *account executive* PTUP dan klien bukanlah hubungan yang kesepakatan siapa yang lebih mengontrol tetapi lebih

kepada hubungan kerjasama. Namun dengan tidak adanya kesepakatan siapa yang akan mengontrol siapa justru akan menimbulkan konflik yang umumnya terjadi karena masing-masing pihak tidak ada yang mau mengalah dan dapat berdampak pada pemutusan hubungan kerjasama dengan klien.

Selain itu *account executive* PTUP juga menambahkan bahwa dalam hubungan dengan klien juga perlu didukung dengan komunikasi yang tidak kaku, santai, akrab, dan penampilan yang rapi bersih serta sopan agar dapat membangun persepsi yang baik dimata klien. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Atep Barata (2004:138) yang menjelaskan bahwa suatu perusahaan ketika melakukan pelayanan kepada klien harus memiliki kemampuan berkomunikasi dalam menjaga hubungan dengan klien. Terutama pada saat melakukan pelayanan langsung dengan klien, dengan tujuan untuk mempertahankan hubungan serta dapat membentuk loyalitas klien kepada perusahaan. Yang mana seorang dalam menjaga dan mejalin hubungan dengan klien harus memperhatikan dua faktor yaitu, persepsi terhadap orang lain dan kemampuan berpenampilan menarik.

### **3. Kendala Yang Dihadapi Account Executive Biro Iklan PT Petakumpet Yogyakarta**

Dalam menjalankan sebuah kegiatan tidak akan terlepas dari faktor penghambat atau kendala. *Account executive* dalam menjalankan tugasnya juga memiliki beberapa kendala yang pastinya harus dihadapi dan ditemukan solusinya.

Seperti halnya kendala yang biasanya dihadapi oleh *account executive* PT.Petakumpet Yogyakarta diantaranya perihal persaingan harga, adanya sistem regulasi dari tim in-house klien, permintaan klien terlalu banyak tapi *budget* minim, pemahaman klien yang cenderung *product owner* menjadi kendala yang paling sering ditemukan saat menjalin kerjasama itu.

Beberapa hal diatas menyebabkan seorang *account executive* harus mampu menghadapi dan mampu memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi. Cara yang dilakukan *account executive* dalam menghadapi kompetitor pada ketatnya persaingan pasar industri periklanan seperti melakukan negosiasi harga atau dengan memberikan diskon. Namun jika kedua alternatif tersebut tidak menemui titik tengah, *account executive* biasanya memberikan penawaran untuk pengambilan jumlah item yang akan diambil oleh klien disesuaikan dengan *budget* mereka.

Sedangkan solusi untuk permasalahan *mindset product owner* yang paling sering ditemukan saat menjalin kerjasama ini, biasanya diselesaikan

dengan berkomunikasi guna memberikan pemahaman atau edukasi kepada klien yang sulit menerima masukan dari tim Petakumpet selaku patner kerjasama bahwa *mindset product consumer* itu juga semata-mata untuk mendukung kebutuhan dan keberlangsungan *brand* dari bisnis klien yang sedang ditangani. Hal ini sesuai dengan yang dijelaskan oleh Cangara (2004) dalam Nihayah (2016:33) yang menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal berfungsi untuk membantu orang lain dalam menyelesaikan masalah. Seorang *account executive* PT Petakumpet berupaya menangani masalah tersebut menggunakan jalur komunikasi interpersonal yang bertujuan untuk membantu klien dengan memberikan saran terkait bisnis klien itu sendiri dengan begitu klien diharapkan akan memahami dan bertindak sesuai dengan arahan dari tim PT Petakumpet. Hal tersebut merupakan salah satu upaya pelayanan mencakup komunikasi yang dilakukan oleh *account executive* PT. Petakumpet sesuai dengan yang dijelaskan oleh Resty (2013), salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen untuk mencapai tingkat kepuasan.