

ABSTRAK

Perkembangan media baru di era digital yang menyebabkan pergeseran pembaca, yang awalnya membaca surat kabar koran kemudian berubah menjadi pembaca *on-line*. Masalah ini kemudian menjadi wacana serius yang dilihat oleh peneliti, terkait keberadaan perusahaan media cetak yang sudah berdiri lama. Pada penelitian ini peneliti berfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh Tribun Group dalam menciptakan hubungan baik dengan klien. Tujuan dari penelitian ini, adalah untuk mengetahui strategi komunikasi interpersonal yang digunakan *Account Executive* “Tribun Group” dalam menciptakan hubungan dengan klien. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi pustaka. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kerangka pemikiran komunikasi interpersonal dan *customer relations* guna menjawab masalah yang sedang diteliti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh *Account Executive* Tribun Grup dalam menciptakan hubungan baik dengan klien, strategi tersebut adalah menggunakan komunikasi personal dengan memberikan informasi kepada klien baru dan yang lama dalam membangun hubungan baik dengan klien. Pelaksanaannya yaitu dengan cara memberikan pelayanan terbaik terhadap klien serta berkomunikasi dua arah dan menjadikan klien sebagai partner bisnis. Dampaknya adalah jalinan pertemanan antara klien dengan *Account Executive* terjadi lebih akrab. Kendala yang ditemukan oleh peneliti pada kasus ini, adalah ketika klien memiliki *budget* yang relatif kecil namun mengharapkan hasil yang tinggi. Selain itu masalah yang muncul adalah rentan waktu yang pendek dalam persiapan pengerjaan event berdampak pada konsep hingga pelaksanaan yang kurang matang.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Account Executive*, Komunikasi Interpersonal

ABSTRACT

The development of new media in the digital age that caused the shift of readers, who originally read newspaper newspapers then turned into online readers. This problem then became a serious discourse seen by researcher, related to the existence of a long-standing printing press company. In this research the researcher focuses on communication strategy done by Tribun Group in creating good relationship with client. The purpose of this study, is to know the interpersonal communication strategy used by account executive "Tribun Group" in creating relationships with client. The type of research used is qualitative with descriptive method. Data collection techniques used are interviews, observations, and literature study. In this study the researcher uses the framework of interpersonal communication and customer relations to answer the problem being studied. The results of this study indicate that the strategy used by Tribun Group's Account Executive in creating good relationships with client. The Implementation is by providing the best service to client and communicate both ways and make client as business partners. The impact is a friendship relationship between client with account executive happens more familiar. Obstacles found by researcher in this case, is when the client has a relatively small budget but expect high results. In addition, the problem that arises is the short time vulnerability in the preparation of the event work has impact on the concept until the implementation of the less mature.

Keywords: Communication Strategy, Account Executive, Interpersonal Communication