

# **TUGAS AKHIR**

## **Strategi Direct Phone Call oleh Junior Account Executive dalam Penentuan Keputusan Calon Klien untuk beriklan di Doxadigital Indonesia**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md.I.Kom)



Oleh  
Rakha Wali Al May  
NIM : 19033096


**PROGRAM STUDI PERIKLANAN JURUSAN  
PENERBITAN POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF  
2022**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Direct Phone Call oleh Junior Account Executive dalam Penentuan Keputusan Calon Klien untuk beriklan di Doxadigital Indonesia  
Penulis : Rakha Wali Al May  
NIM : 19033096  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

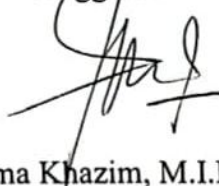
Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Jumat, tanggal 15 Juli 2022

Disahkan oleh  
Ketua Penguji



R. Sulistiyo Wibowo, M.Sn.  
NIP.197906242006041001

Anggota 1



Dyama Khazim, M.I.Kom  
NIP.199005232019031012

Anggota 2



Zaenab, S.S., M.Si  
NIP. 199211132019032025

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Penerbitan



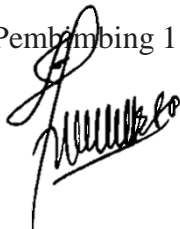
Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum-  
NIP.197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Rakha Wali Al May  
NIM : 19033096  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2021/2022

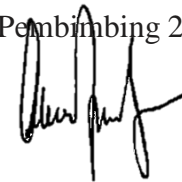
Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk  
disidangkan.ditandatangani pada 07 Juli 2022 di Politeknik Negeri  
Media Kreatif Jakarta

Pembimbing 1



Zaenab, S.S., M.Si  
NIP.199211132019032025

Pembimbing 2



Omar Yusuf, M.M  
NUPN. 9900979905

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Periklanan



Zaenab, S.S., M.Si  
NIP.199211132019032025

## **SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS DAN BEBAS PLAGIARISME TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rakha Wali Al May  
NIM 19033096  
Angkatan 12  
Program Studi : Periklanan  
Tahun Akademik 2019

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:  
Strategi Direct Phone Call oleh Junior Account Executive dalam Penentuan  
Keputusan Calon Klien untuk beriklan di Doxadigital Indonesia adalah asli,  
belum pernah dibuat oleh pihak lain, semua data dan sumber telah  
dicantumkan sesuai ketentuan akademis.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan  
ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang  
berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-  
benarnya.

Jakarta, 7 Juli 2022

Yang menyatakan



Rakha Wali Al May  
NIM. 19033096

## **SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Sebagai sivitas akademik Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rakha Wali Al May

NIM 19033096

Angkatan 12

Program Studi : Periklanan Tahun Akademik : 2022/2023

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Strategi Direct Phone Call oleh Junior Account Executive dalam Penentuan Keputusan Calon Klien untuk beriklan di Doxadigital Indonesia

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Juli 2022

Yang menyatakan



Rakha Wali Al May  
NIM. 19033096

## ABSTRAK

Doxadigital Indonesia merupakan agensi periklanan yang memiliki beberapa *services*, diantaranya *Creative Design*, *Web Development*, *Online Marketing*, dan *Video Production*. Doxadigital Indonesia sudah ada sejak 2002 sebagai *software house* yang kemudian *pivot* menjadi *Creative Digital Agency* pada tahun 2009 dan sudah menjadi Facebook, Google *agency partner*. *Account Executive* memiliki peran penting dalam agensi periklanan. *Account Executive* harus mampu memahami klien seperti apa yang dihadapi, kendala yang dimiliki dan apa yang klien butuhkan, selain itu *account executive* juga harus mampu mencari calon klien potensial yang sekiranya memiliki kendala ataupun belum bergerak di *Digital Marketing*. Tujuan utama karya Tugas Akhir ini adalah mengetahui strategi seorang *account executive* dalam melakukan *direct phone call* kepada calon klien potensial untuk bekerjasama. Penulis sebagai *Account Executive* akan menggunakan teori-teori dasar dalam menjadi penghubung, seperti *communication skills*, *strategy skills*, *direct phone call skills*, dan *marketing skills*. Metode yang akan digunakan untuk menganalisa teori yang didapatkan dan membandingkan dengan alur pekerjaan yang dilakukan saat praktik industri di Doxadigital Indonesia

Kata kunci : *Account Executive*, Komunikasi, Pemasaran

## ABSTRACT

Doxadigital Indonesia is a full-service advertising agency that offers Creative Design, Web Development, Online Marketing, and Video Production. Doxadigital Indonesia has been in business since 2002 as a software house before pivoting to become a Creative Digital Agency in 2009 and becoming a Facebook and Google agency partner. Account Executives play an important role in advertising firms. Account executives had to be able to recognise what their clients are going through, what their limits are, and what their clients require. Account executives must also be able to find potential clients who are having problems or are not yet engaged in Digital Marketing. The primary goal of this final project is to discover an account executive's strategy for making direct phone calls to potential clients.

Keyword : Account Executive, Communication, Marketing

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi Hidayah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir adalah salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma III (Tiga) Program Studi Periklanan, Politeknik Negeri Media Kreatif. Judul yang penulis gunakan dalam Tugas Akhir ini adalah Strategi Direct Phone Call oleh Junior Account Executive dalam Penentuan Keputusan Calon Klien untuk beriklan di Doxadigital Indonesia.

Penulis menyadari, Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang terdekat khususnya orang tua penulis. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada pihak- pihak yang telah membantu banyak dalam penulisan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M. Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Drs. Benget Simamora M.M., Wakil Direktur I Bidang Akademik
3. Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum. Ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistiyono Wibowo, M.Sn. Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, SS., M.Si Koordinator Program Studi Periklanan.
6. Bu Ratna Anni selaku Pimpinan Account Manager yang telah menerima penulis melakukan Praktik Industri di Doxadigital Indonesia.
7. Pak Christian Che selaku Pembimbing Perusahaan di Doxadigital Indonesia.
8. Zaenab, SS., M.Si, Dosen Pembimbing I.
9. Omar Yusuf, Dosen Pembimbing II.
10. Para Dosen dan Staf Jurusan Periklanan serta karyawan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah melayani mahasiswa selama 3 (tiga) tahun penulis menempuh pendidikan di sini.
11. Teman teman di grup Minion Doxa, Jeffry, Ivanza, Dara yang selalu mem-backup disaat sedang dayoff.
12. Mas Dika, dan Kakak Inka yang ikut membantu dan mereview laporan yang penulis kerjakan.
13. Ayah, dan keluarga besar Almh Ibu yang selalu memberi support berupa doa dan dukungan.

14. Seluruh sahabat dan teman – teman perikalanan yang telah memberikan semangat, motivasi dan membantu penulis dalam melaksanakan Tugas Karya Akhir ini

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan rahmat dan karunia – Nya kepada kita semua. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk Tugas Akhir ini.

Jakarta 7 Juli 2022



Rakha Wali Al May  
NIM. 19033096



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAN BEBAS PLAGIARISME TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah .....	4
E. Tujuan Penulisan.....	5
F. Manfaat Penulisan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
A. Pemasaran .....	6
1. Definisi Strategi Pemasaran .....	6
2. Jenis Strategi Pemasaran .....	6
3. Strategi Pemasaran Yang Baik.....	8
B. Promosi Pemasaran .....	8
1. Pengertian Promosi Pemasaran.....	8
2. Tujuan Promosi Pemasaran.....	9
3. Strategi Promosi Pemasaran .....	9
C. <i>Scraping Data</i> .....	10
1. Definisi <i>Scraping Data</i> .....	10
2. Tujuan <i>Scraping Data</i> .....	11
D. <i>Direct Phone Call</i> .....	11
1. Definisi <i>Direct Phone Call</i> .....	11
2. Tujuan <i>Direct Phone Call</i> .....	13
3. Strategi <i>Direct Phone Call</i> .....	13
4. Fungsi <i>Direct Phone Call</i> .....	14
E. <i>Account Executive</i> .....	15

1. Definisi <i>Account Executive</i> .....	15
2. Tugas dan Tanggung Jawab <i>Account Executive</i> .....	15
3. Peran <i>Account Executive</i> dalam meningkatkan penjualan dalam perusahaan .....	16
<b>BAB III METODE PELAKSANAAN.....</b>	<b>18</b>
A. Data Perusahaan .....	18
1. Profil Perusahaan.....	18
2. Visi dan Misi Perusahaan.....	18
3. Lokasi dan Alamat Perusahaan .....	18
4. Struktur Perusahaan.....	19
5. Logo Perusahaan .....	19
6. Fasilitas Pendukung .....	19
B. Teknik Pengumpulan Data.....	20
1. Wawancara .....	20
2. Observasi.....	20
3. Studi Pustaka.....	20
C. Ruang Lingkup.....	21
1. Peran <i>Account Executive</i> .....	21
2. Waktu dan Kegiatan .....	22
3. Periode Pekerjaan .....	22
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>24</b>
A. Gambaran Umum Divisi Sales Doxadigital Indonesia .....	24
B. Gambaran Umum Pekerjaan .....	24
1. Struktur Tim .....	25
2. <i>Key Performance Indicator</i> (KPI).....	25
C. Alur Pekerjaan .....	26
1. <i>Scraping Data</i> .....	27
2. <i>Direct Phone Call</i> .....	31
3. <i>Setup Meeting</i> .....	34
D. Jenis <i>Meeting</i> .....	36
1. <i>Meeting</i> perkenalan .....	36
2. <i>Meeting media plan</i> .....	36
3. <i>Kickoff meeting</i> .....	36
E. Hasil Pekerjaan .....	36
1. Jumlah <i>meeting</i> .....	36
2. Perbandingan jumlah <i>meeting</i> di 2021 dan 2022.....	39

F. Komparasi Teori dengan Praktik .....	44
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>46</b>
A. Simpulan .....	46
B. Saran.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>49</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>52</b>
A. Biodata Penulis .....	52
B. Salinan Lembar Pembimbingan Tugas Akhir.....	52
C. Dokumentasi Uji Proposal Tugas Akhir.....	54
D. Dokumen Pendukung Penyusunan Tugas Akhir .....	55
E. Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait dengan Tugas Akhir .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Framework Scraping Data .....	11
Gambar 2 Framework Direct Phone Call.....	13
Gambar 3 Struktur Perusahaan PT. Doxadigital Indonesia .....	19
Gambar 4 Logo Doxadigital Indonesia .....	19
Gambar 5 Struktur Divisi Sales pada Doxadigital .....	25
Gambar 6 Tahapan Pekerjaan Account Executive Intern di Doxadigital .....	26
Gambar 7 Contoh calon klien potensial .....	27
Gambar 8 Contoh calon klien potensial .....	27
Gambar 9 Contoh calon klien potensial .....	28
Gambar 10 Contoh calon klien potensial .....	28
Gambar 11 Contoh calon klien potensial .....	29
Gambar 12 Contoh calon klien potensial .....	29
Gambar 13 Contoh calon klien potensial .....	29
Gambar 14 Contoh calon klien potensial .....	30
Gambar 15 Hasil Scraping data penulis .....	30
Gambar 16 Hasil Scraping data penulis .....	31
Gambar 17 Hasil Scraping data penulis .....	31
Gambar 18 Data calon klien potensial yang sudah dihubungi.....	32
Gambar 19 Calon klien potensial yang berhasil diajak meeting.....	32
Perkenalan.....	32
Gambar 20 Calon klien potensial yang berhasil diajak meeting.....	33
Perkenalan.....	33
Gambar 21 Calon klien potensial yang berhasil diajak meeting.....	33
Perkenalan.....	33
Gambar 22 Penulis mengirim meeting link invitation kepada.....	34
calon klien potensial .....	34
Gambar 23 Penulis mengirim meeting link invitation kepada.....	35
calon klien potensial .....	35
Gambar 24 Penulis mengirim meeting link invitation kepada.....	35
calon klien potensial .....	35
Gambar 25 Jumlah <i>meeting</i> dengan calon klien potensial .....	37
bulan Februari .....	37
Gambar 26 Jumlah <i>meeting</i> dengan calon klien potensial .....	37
bulan Maret .....	37
Gambar 27 Jumlah <i>meeting</i> dengan calon klien potensial .....	38
bulan April .....	38
Gambar 28 Jumlah <i>meeting</i> dengan calon klien potensial .....	38
bulan Mei .....	38
Gambar 29 Jumlah <i>meeting</i> dengan calon klien potensial .....	38
bulan Juni .....	38
Gambar 30 Jumlah <i>meeting</i> bulan Februari 2021 .....	39
Gambar 31 Jumlah <i>meeting</i> bulan Februari 2022 .....	40
Gambar 32 Jumlah <i>meeting</i> bulan Maret 2021 .....	40
Gambar 33 Jumlah <i>meeting</i> bulan Maret 2022 .....	40
Gambar 34 Jumlah <i>meeting</i> bulan April 2021 .....	41

Gambar 35 Jumlah <i>meeting</i> bulan April 2022 .....	41
Gambar 36 Jumlah <i>meeting</i> bulan Mei 2021 .....	41
Gambar 37 Jumlah <i>meeting</i> bulan Mei 2022 .....	42
Gambar 38 Jumlah <i>meeting</i> bulan Juni 2021 .....	42
Gambar 39 Jumlah <i>meeting</i> bulan Juni 2022 .....	42
Gambar 40 Jumlah <i>meeting</i> bulan Juli 2021 .....	43
Gambar 41 Jumlah <i>meeting</i> bulan Juli 2022 .....	43
Gambar 42 Penulis mengirim <i>credentials</i> kepada calon klien potensial .....	56
Gambar 43 Penulis mengirim <i>credentials</i> kepada calon klien potensial .....	56
Gambar 44 <i>Credentials</i> Doxadigital Indonesia.....	57
Gambar 45 <i>Credentials</i> Doxadigital Indonesia.....	58
Gambar 46 <i>Credentials</i> Doxadigital Indonesia.....	59
Gambar 47 <i>Meeting offline</i> dengan salah.....	60
satu calon klien potensial Doxadigital .....	60
Gambar 48 <i>Meeting offline</i> dengan salah.....	61
satu calon klien potensial Doxadigital .....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbandingan peran <i>Account Executive</i> menurut Kasali.....	22
dan Morrigan dengan penulis di Doxadigital Indonesia.....	22
Tabel 2. Tabulasi KPI yang diberikan kepada penulis selama melaksanakan.....	26
praktik industri.....	26
Tabel 3. Komparasi jumlah <i>meeting</i> pada bulan Februari 2022 hingga .....	43
Bulan Juli 2021 dengan bulan Februari hingga bulan Juli 2022.....	43
Tabel 4. Tabel perbandingan peran <i>Account Executive</i> menurut Kasali dan.....	44
Morrigan dan penulis di Doxadigital Indonesia .....	44