

ABSTRAK

Yusuf Abdi Nugroho (2011041025)

AKTIVITAS ACCOUNT EXECUTIVE DI DIVISI PEMASARAN DI PT. POS INDONESIA (PERSERO)

Komunikasi adalah proses pengiriman (*sending*) dan penerimaan (*receiving*) pesan atau berita (informasi) antara dua individu atau lebih dengan cara yang efektif sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pada sebuah perusahaan, komunikasi biasanya digunakan pada divisi Marketing Komunikasi. Marketing komunikasi digunakan sebagai sarana di mana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang dijual. Komunikasi pemasaran mempresentasikan "suara" perusahaan dan mereknya serta merupakan sarana di mana perusahaan dapat berdialog dan membangun hubungan dengan konsumen. Walaupun suatu instansi atau perusahaan sudah memiliki divisi marketing tetapi banyak yang tidak tahu pentingnya divisi ini. Marketing dianggap sebagai penentu sukses atau tidaknya sebuah perusahaan. Karena divisi marketing bertanggung jawab untuk menjalin kerja sama dengan klien yang membeli atau menggunakan jasa perusahaan. Tugas marketing antara lain mencari peluang mendapatkan klien baru, memuaskan pelanggan serta membuat pelanggan bertahan. Menjadi Marketing komunikasi juga harus memiliki etika yang baik yaitu jujur, bersemangat untuk mencapai keunggulan, terbuka untuk menerima ide-ide baru, optimis dengan perubahan, dan dapat bekerja secara individu atau bekerja sama sebagai team.

Kata kunci : komunikasi, marketing, marketing komunikasi, aktifitas marketing komunikasi

ABSTRACT

Yusuf Abdi Nugroho (2011041025)

ACTIVITIES OF ACCOUNT EXECUTIVE THE MARKETING DIVISION IN PT. POS INDONESIA (Persero)

Communication is the process of sending and receiving messages or information between two person or more in a effective way so the message can be easily understood. In a Company, communication usually used on the Marketing Communication division. Marketing Communication used by a Company to explaining, persuade and remind the consumers about their products are directly or indirectly. Marketing Communication presents the "voice" of the company and their brand as facilities of the company in order to dialoguing and building relationship with the consumers. Although an agency or a company already has a marketing department, but many companies do not know the importance of this division. Marketing is considered as a determinant of success or failure of a company. Because the marketing department in charge to establish a cooperation with the clients who buy or use the services of the company. The duties of the marketing department are looking for opportunities to get new clients, satisfying the customer and make them devoted with the company. Become a Marketing Communication should have perform positive attitude such as honest, passion for excellence, open to accept new ideas, optimistic about change, and able to work individually or cooperate as a team.

keywords : communication, marketing, marketing communication, activities marketing communication