

## SUMMARY

# PROSES PENYAMPAIAN INFORMASI ACCOUNT EXECUTIVE PADA PROSES BERLANGGANAN INTERNET DI PT BERCA HARDAYAPERKASA- JASATEL

Created by LINDA SINTIA DEWI SIAHAAN

**Subject** : PT BERCA HARDAYAPERKASA- JASATEL  
**Subject Alt** : INTERNET  
**Keyword** : Proses komunikasi, Informasi; Account Executive; Pelanggan

### **Description :**

Karya tulis ini dimaksudkan sebagai laporan atas Praktik Kerja Lapangan yang penulis lakukan di PT Berca Hardayaperkasa dari 1 Oktober 2007 hingga 1 Desember 2007, yakni menyangkut Proses Penyampaian Informasi Account Executive pada Proses Berlangganan Internet.

Laporan ini membahas apa yang penulis lakukan selama melakukan praktik kerja, yakni mengenai proses penyampaian informasi yang dilakukan oleh account executive pada proses berlangganan internet. Proses ini meliputi penginterpretasian, penyandian, pengiriman, perjalanan, penerimaan, penyandian balik serta penginterpretasian kembali pada sisi pelanggan, dengan menggunakan atau tanpa media. Hal ini terus berlanjut dengan pergantian peran yang mana awalnya account executive menjadi komunikator pada proses selanjutnya pelanggan bisa menjadi komunikator. Selama proses itu berlangsung, gangguan bisa saja terjadi pada setiap tahapan oleh sebab itu perlu ada nya over laping of interest antara komunikator dengan komunikasi sehingga proses penyampaian informasi menjadi lebih mudah dan berjalan dengan baik.

Berdasarkan apa yang penulis lakukan selama praktik kerja maka disimpulkan bahwa proses penyampaian informasi bersifat dinamis, dan pada prakteknya sulit untuk di deskripsikan secara tertulis. Oleh sebab itu penggunaan model komunikasi membuat proses penyampaian informasi menjadi lebih jelas. Penulis juga mendapati bahwa gangguan bisa saja terjadi pada setiap tahapan dan bahkan bisa berulang, namun dengan over laping account executive dengan pelanggan proses komunikasi menjadi lebih mudah walaupun ada gangguan.

Melengkapi pembahasan pada laporan ini maka penulis menyarankan agar account executive melakukan persiapan terlebih dahulu sebelum bertemu dengan pelanggan dan meningkatkan kesamaan dalam hal frame of reference (kerangka referensi) antara keduanya sehingga over laping of interest semakin besar, dengan demikian proses penyampaian informasi bisa lebih efektif dan pelanggan bisa membeli produk jasa yang ditawarkan atau berlangganan internet.

**Date Create** : 10/01/2015  
**Type** : Text  
**Format** : pdf  
**Language** : Indonesian

**Identifier** : UEU-NonDegree-PKL200452116-\_LSD  
**Collection** : PKL200452116-\_LSD  
**Source** : LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN,2008  
**Relation Collection** FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
**COverage** : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul  
**Right** : COPYRIGHT@2008

**Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor