Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam program kerja magang selama kurang lebih 2,5 bulan ini, penulis ditempatkan sebagai *intern account executive* dalam divisi *account service department*. Dalam posisinya sebagai *intern AE*, penulis berkoordinasi langsung dengan *Account Manager* yaitu Narita Indriana.

3.2 Tugas Utama Account Service Management

Dalam prakteknya dalam alur kerja secara keseluruhan dalam perusahaan, *account service management* memiliki beberapa tugas pokok yang harus selalu diperhatikan demi terciptanya keseimbangan antar departemen maupun dengan klien yang memang sedang dikerjakan oleh agensi yang bersangkutan. Adapun tugas pokok dari *Account Service Department* adalah:

- Secara internal, menjadi penghubung antar seluruh departemen yang bertugas dalam agensi, memastikan bahwa informasi yang ada dapat diketahui secara menyeluruh dan spesifik kepada semua pihak yang terkait.
- Menjadi pihak representasi dari klien dalam menyampaikan informasi kepada tim kreatif, mengetaui secara pasti apa yang diinginkan klien, dan lalu menuangkannya dalam *brief* yang diberikan kepada tim kreatif yang bertugas.
- Menjadi penghubung antara pihak agensi dengan klien, memahami situasi dalam kerjasama yang dijalani keduabelah pihak, serta

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

membangung dan menjaga komunikasi dengan klien secara aktif untuk dapat mencapai tujuan bersama.

- Bertindak sebagai penyaring informasi serta menjadi penyeimbang antara kedua belah pihak.

3.3 Jenis Pekerjaan Yang Dilakukan

Tabel Pekerjaan

Minggu Ke	Jenis Perkerjaan Yang Dilakukan
1	• *Initial Introduction* dengan seluruh penghuni Dentsu Strat • *Desk Research* industri sepeda motor Indonesia. • *Desk Research* gambaran umum sepeda motor Honda Beat. • Menghubungi studio foto untuk sesi pemotretan produk. • Melakukan sesi pemotretan produk klien, Honda Beat. • *Desk Research* industri rokok Indonesia secara umum. • *Review* konsep awal dari TVC GG Mild Shiver.
2	• *Desk Research* tentang personifikasi brand serta target market dari Honda Beat. • Mempersiapkan *brief* tentang Honda Beat, *request* dari Group Account Director. • *Desk Research* kompetitor GG Mild secara umum. • Menghubungi *talent* untuk sesi pemotretan Honda Beat, yaitu JKT48. • Mengikuti sesi pemotretan klien Honda dengan menggunakan *talent* JKT48.

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

	• Melakukan revisi sesi foto produk, koordinasi dengan *creative* dan *studio*.
3	• *Review* atas *brief* klien Honda Beat bersama Group Account Director. • *Competitor Review* dari GG Mild, berfokus pada *digital activity*. • *Review* konsep *printed-ads* dari event G-Ground untuk Djakarta Warehouse Project 2014. • Mengikuti *workshop* mengenai *cross-communication* serta flow kerja efektif dari Dentsu Indonesia (khusus untuk tim Kak Narita).
4	• *Brainstorming* untuk *initial campaign* dari brand bumbu instan LaRasa. • *Field Research* untuk brand LaRasa, mengumpulkan data langsung dari *target market* untuk keperluan *campaign* • *Review* data serta detail dari *campaign* yang dijalankan untuk brand LaRasa, untuk selanjutnya dilakukan *pitching*. • *Competitor Analysis* berfokus pada TVC seluruh iklan rokok mild diluar GG Mild. • *Brainstorming* untuk *campaign* SMILE yang dilakukan oleh Sinarmas MSIG.
5	• *Competitor Analysis* berfokus pada produk asuransi pendidikan dan dana pensiun, yang menjadi produk baru dari Sinarmas MSIG. • Persiapan akhir untuk *event* dari GG Mild yaitu G-Ground yang menjadi sponsor utama dari Djakarta Warehouse Project 2014.

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

	• *Initial brainstorming* untuk produk terbaru keluaran BizNet yang bernama *Wifia,* berkoordinasi dengan Pak Janoe. • Koordinasi hasil printed-ad Honda Beat dengan tim studio.
6	• Pematangan konsep dari *communication proposal* untuk dipresentasikan kepada klien Sinarmas MSIG. • *Review* dari hasil *pitching* Sinarmas MSIG, langsung bersama Kenjiro Kagawa. • *Review* ide dan *storyboard* untuk TVC dari klien GG Mild yang akan dieksekusi selepas tahun baru. • Koordinasi hasil TVC Honda Beat dengan pihak *production house*.
7	• Riset *Focus Group Discussion* untuk TVC terbaru dari GG Mild. • Koordinasi pembagian tiket sponsor untuk *soft launching* Honda beat pada konser JKT48. • *Pitching* Sinarmas MSIG.

Selama kegiatan program kerja magang yang dilakukan penulis terhitung dari tanggal 03 November 2014 sampai 16 Januari 2014, terdapat beberapa tugas dilakukan oleh penulis yang diberikan oleh pembimbing lapangan di kantor maupun oleh beberapa pihak lain. Tugas yang dilakukan tentunya berhubungan dengan bidang keilmuan komunikasi yang telah didapat oleh penulis selama masa perkuliahan. Rangkaian kegiatan dan arsip terlampir pada laporan realisasi praktek kerja magang.

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

3.4 Uraian Tugas Yang Dilakukan

Berikut ini adalah uraian tugas dan pekerjaan yang telah dilakukan penulis selama proses magang bersama Dentsu Strat. Penulis akan mengulas tentang bidang pekerjaan yang termasuk kedalam pembagian kerja yang penulis lakukan.

a. Competitor Analysis

Hal pertama yang penulis lakukan adalah *competitor analysis.* Dalam ilmu pemasaran, *competitor analysis* adalah sebuah riset yang dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh para kompetitor maupun mereka yang berpotensi muncul dan naik sebagai kompetitor baru dalam persaingan. Analisis yang dilakukan menyediakan kekuaran dan kelemahan dalam konteks strategis yang digunakan untuk menentukan *opportunities* dan juga *threats* (Fleisher & Bensoussan, 2003).

Penulis melakukan *competitor analysis* dari brand-brand yang penulis pegang bersama tim, yaitu Honda Beat dan juga GG Mild, dua brand itu adalah yang utama. Sementara itu penulis juga sempat melakukan analisis terhadap pesaing dari brand LaRasa serta Sinarmas Insurance.

Untuk Honda Beat, penulis melakukan analisis terhadap kompetitor utama Astra Honda Motor di pasaran, yaitu Yamaha Motor Indonesia, serta pesaing utama dari produk Honda Beat sendiri yaitu Yamaha Mio Series. Komparasi teknis tak pelak menjadi hal pertama yang terlihat jelas dari spesifikasi yang ditunjukkan oleh kedua produk, yaing masing-masing memiliki keunggulannya. Kemudian dari segi non-teknis, penulis menganalisis

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

target pasar dari masing-masing pihak, karakteristik serta personifikasi brand yang tertuang dalam TVC, printed-ads, serta campaign yang dijalankan. Dan terakhir tentunya analisis kompetitor dilengkapi dengan data hasil penjualan per tahun antar kedua brand yang menunjukkan situasi pasar yang ada.

Kemudian untuk GG Mild serta GG Mild Shiver, penulis yang sejatinya bukan seorang perokok harus terjun untuk memahami lebih dalam tentang industri rokok Indonesia, secara khusus pada pasar rokok mild. Analisis yang dilakukan mencakup pada *digital activity* yang dilakukan oleh pesaing semacam A Mild (goaheadpeople.com), LA Lights (la-lights.com), hingga Djarum Black (blackxperience.com). Selain analisis pada *digital activity* dari kompetitor, penulis juga melakukan analisis pada TVC yang telah dihasilkan, tema yang digunakan, serta menemukan *pattern* atau pola komunikasi TVC yang dilakukan para kompetitor pada setiap TVC nya.

Sedangkan pada tugas tambahan yang diberikan pada penulis, LaRasa dan juga Sinarmas Insurance, penulis melakukan analisis secara *general* terhadap para kompetitornya. Seperti LaRasa yang memiliki pesaing utama dari Bumbu Racik Indofood maupun bumbu tradisional pada umumnya; serta perusahaan jasa asuransi seperti Prudential, AIA, Manulife, dan lainnya yang merupakan pesaing pasar dari Sinarmas Insurance.

Senada dengan apa yang ditulis oleh Fleisher dan Bensoussan, dari kegiatan *competitor analysis* ini penulis dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh para pesaing dari klien yang penulis kerjakan bersama dengan tim. Dengan mengetahui hal tersebut, penulis dan tim bisa menentukan dimana posisi klien berada sekarang di tengah peta pasar yang sedang berjalan. *Competitor analysis* tak hanya menemukan pesaing dari perusahaan atau produk lain, namun juga dapat mengidentifikasi *threats* yang

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

datang dari luar (misalnya Peraturan Pemerintah tentang rokok, yang menjadi *threat* bagi klien).

b. Research

Tak jauh berbeda dengan di poin pertama, penulis dalam hari-harinya bersama Dentsu Strat juga melakukan *research* yang terbagi menjadi *desk research* dan juga *field research*. Penulis melakukan riset untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang brand yang penulis kerjakan bersama tim.

Yang pertama, penulis melakukan *desk research* atau kerap disebut *secondary research* yang didefinisikan sebagai riset yang mencakup rangkuman dan perbandingan dari data-data yang telah dikumpulkan melalui *primary research*, dimana data tersebut didapatkan melalui subjek penelitian atau eksperimen (Crouch & Housden, 2003).

Sedangkan *field research* merujuk pada satu-satunya cara bagaimana kita dapat mengetahui sesuatu adalah dengan mendengarkan dan menyaksikan langsung apa yang dikatakan oleh orang-orang dalam bentuk opini yang variatif, dan mempelajarinya dalam setiap cara yang dapat dipikirkan (Nell & Errouaki, 2012).

Penulis mengerjakan beberapa brand yaitu Honda Beat serta GG Mild serta GG Mild Shiver. Dalam prakteknya, penulis bersama dengan tim menyusun strategi yang lantas akan diimplementasikan ke dalam bentuk TVC, printed-ads, serta untuk keperluan aktivitas digital masing-masing brand. Maka dari itu penulis harus bisa mengenal brand tersebut secara mendalam dengan melakukan *research*. Untuk Honda Beat, penulis mendapatkan data riset dari berbagai sumber di internet yang meneliti tentang sepeda motor terlaris di Indonesia ini. Data yang didapatkan mencakup data penjualan, penelitian

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

tentang personifikasi brand, serta seputar kegiatan yang melibatkan konsumen dari Honda Beat. Penulis juga melakukan riset atas JKT48 yang didapuk sebagai *brand ambassador* dari Honda Beat, tentang bagainama *image* dan kemasan JKT48 bisa sesuai dan selaras dengan *core value* yang dimiliki oleh Honda Beat.

Penulis juga melakukan *research* untuk klien GG Mild. Riset yang dilakukan penulis meliputi *insight* tentang industri rokok Indonesia secara umum, siapa saja para pemain utamanya, karakteristik rasa dan pasar dari rokok mild, serta personifikasi dari masing-masing brand yang memiliki karakter yang cukup berbeda satu dengan yang lainnya. Lalu untuk LaRasa, penulis melakukan riset lapangan dengna cara wawancara singkat dengan beberapa orang yang termasuk dalam *target audience* dari LaRasa. Wawancara tersebut dilakukan penulis untuk menunjang data yang sedang dikerjakan bersama dengan tim, untuk kemudian diajukan dalam *pitching*.

c. Strategic Planning

Perencanaan strategis merupakan salah satu aspek integral dan esensial dalam Dentsu Strat. Sebuah proses yang dilakukan oleh organisasi untuk menentukan strategi dan arahan, serta mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersebar pada beberapa aspek sekaligus (termasuk modal dan sumber daya manusia) untuk mencapai hasil yang diinginkan. Tools yang digunakan oleh Dentsu Strat adalah AISAS (*Attention + Interest ---> Search + Action + Share*).

Untuk mencapai sebuah strategi yang telah ditetapkan oleh organisasi dalam rangka mencapai keunggulan kompetitif, maka para pimpinan

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

perusahaan, manajer operasi, harus bekerja dalam sebuah sistem yang ada pada proses perencanaan yang tertata rapi (Brown, 2005).

Strategic Planning menjadi *core* dari proses kerja dalam Dentsu Strat, dan dalam prakteknya dikepalai langsung oleh Janoe Arijanto, *Strategic Planner* sekaligus *President Director* dari perusahaan. Segala bentuk *brainstorming ideas* serta diskusi yang dilakukan, didukung oleh data riset yang ada selanjutnya akan dikembangkan secara strategis untuk dapat mengakomodasi kebutuhan yang diinginkan oleh klien, dan kemudian diaplikasikan ke dalam media yang ditentukan.

d. Client Management

Tugas lain yang dilakukan penulis dalam perusahaan adalah turut berperan serta dalam hal *client service & management*. Disini, penulis dibawah bimbingan dari *Account Manager* serta rekan-rekan *Account Executive* yang menangani brand serupa, membantu menangani masalah teknis yang dialami klien, sehubungan dengan *project* yang tengah dikerjakan pada saat itu.

Pekerjaan *client management* dilakukan pada dua brand yang dipegang oleh penulis dan tim sedari awal masuk kerja magang, yaitu Honda Beat serta GG Mild. Untuk klien Honda dengan produknya Honda Beat, penulis banyak melakukan kerjaan di lapangan. Yang pertama, penulis dan tim menjadi penghubung antara klien dengan fotografer studio untuk melakukan sesi foto produk selama 3 hari berturut-turut. Dalam sesi pemotretan tersebut, setiap foto *test angle* dan lainnya secara langsung penulis kirimkan kepada klien untuk setelahnya mendapatkan *approval* untuk melanjutkan pemotretan.

Lalu, seminggu setelah melakukan sesi pemotretan produk, penulis dan tim mengikuti sesi foto dengan *talent* yang sudah dipersiapkan yaitu JKT48.

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

Penulis menerima konsep, *props*, serta kostum yang disediakan oleh klien dan menyesuaikannya dengan kebutuhan pemotretan yang dilakukan oleh para *talent* yang ada. Selain itu, penulis dan tim juga menjadi penghubung untuk menerjemahkan keinginan klien kepada fotografer yang sedang bertugas.

Untuk klien GG Mild, penulis tidak terlibat langsung dalam proses produksi lapangan, namun penulis memberikan konstribusi dari belakang layar. Untuk materi TVC, penulis secara berkala memberikan ide kepada klien via *meeting* langsung, dan juga menerima dan memberikan revisi untuk materi *printed-ads*. Khususnya pada materi G-Ground untuk event Djakarta Warehouse Project, penulis bekerja sama dengan menghubungkan klien serta tim kreatif dan studio yang ada di kantor.

3.5 Kendala Yang Ditemukan

Memasuki sebuah lingkungan fisik dan sosial baru, dengan tanggung jawab yang baru pula, tentunya membuat penulis harus beradaptasi untuk dapat menyesuaikan diri dengan keadaan dan dapat mulai bekerja dengan baik. Pada awalnya memang terasa tidak mudah karena semua hal nampak begitu asing bagi penulis. Namun kendala tersebut tidak menghalangi penulis untuk bisa melakukan tugas serta pekerjaan yang diberikan, dan pada akhirnya penulis pun bisa beradaptasi dengan baik dalam lingkungan baru ini.

Beberapa kendala yang ditemukan penulis antara lain:

- *Tanggal Sibuk*: Penulis datang dan bergabung bersama tim *Account Service Department* di bawah komando Narita Indriana tepat di saat tim tersebut sedang mengalami waktu-waktu tersibuk dalam *project*-nya bersama klien yang ditangani. Di satu sisi, hal ini baik adanya karena penulis bisa langsung turun untuk ambil peran dalam kegiatan

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015

yang sedang dikerjakan. Namun di sisi lain, banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh tim membuat seringnya anggota tim tak terlihat di tempat kerja, dan sempat membuat koordinasi pekerjaan untuk penulis menjadi terbagi-bagi. Penulis bahkan sempat mendatangi *President Director* dari Strat meminta untuk diikutsertakan dalam suatu kegiatan, karena pada satu waktu penulis tidak melakukan apa-apa.

Peran account service..., Dionisius Evan, FIKOM UMN, 2015