



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 I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Di era yang sudah maju seperti saat ini, banyak sekali barang dan jasa beredar di pasaran dan menyebabkan persaingan dalam bisnis barang dan jasa menjadi tak terhindarkan. Para pengusaha berlomba-lomba untuk mempromosikan barang dan jasa mereka melalui iklan. Menurut Morissan (2010), iklan merupakan instrumen penting dalam menawarkan barang maupun jasa karena daya jangkauannya sangat luas dan dari segi efisiensi biaya serta kemampuan iklan untuk menarik perhatian konsumen terhadap barang dan jasa tersebut, jika iklan tersebut dapat menarik perhatian konsumen (hlm 18).

Iklan merupakan suatu cara untuk mempromosikan barang dan jasa. Morissan (2010) menyebutkan iklan atau *advertising* dapat didefinisikan sebagai bentuk komunikasi nonpersonal (melalui media yang menjangkau banyak individu seperti televisi dan radio) mengenai suatu organisasi, produk, servis, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui (hlm. 17).

Dalam pembuatan sebuah iklan dibutuhkan seorang *account executive* bertugas menghubungi klien dengan. Morissan (2010), menyebutkan bahwa *account executive* adalah orang yang bertanggung jawab membina hubungan yang baik antara perusahaan iklan dengan kliennya. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara memahami kebutuhan pemasaran dan promosi yang klien inginkan dan menginterpretasikan kebutuhan itu kepada personel perusahaan iklan.

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini, penulis berperan sebagai *account executive*. *Account executive* harus memahami persoalan klien dan memiliki keterampilan dalam komunikasi verbal sehingga iklan yang dihasilkan dapat tercipta dengan baik melalui proses pencarian ide. Dalam Tugas Akhir ini penulis sebagai *account executive* ingin menciptakan iklan yang didasari proses praproduksi yang baik. Klien merupakan pemilik bengkel bernama RModa Workshop. RModa, sebuah bengkel mobil di Jakarta Barat, dan sudah dikenal banyak orang di daerah Jakarta Barat, bahkan ada yang menjadi pelanggan tetap RModa. Namun RModa membutuhkan iklan untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih besar, yaitu Jakarta.

1.2. Rumusan masalah

Bagaimana peran *account executive* dalam proses praproduksi pembuatan iklan bengkel "RModa"?

1.3. Batasan masalah

Penulisan Tugas Akhir ini akan dibatasi pada tugas seorang *account executive* pada proses negosiasi mencari klien, negosiasi *client brief*, dan negosiasi *budgeting*.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini untuk menerapkan dan memahami peran *account executive* sehingga tercipta iklan bengkel RModa yang sesuai dengan gagasan ketika proses praproduksi dilakukan.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

Penulis bertujuan agar karya penulisan ini bermanfaat untuk dapat menambah wawasan mengenai tugas seorang *account executive* bagi diri sendiri, mengenalkan lebih dalam peranan seorang *account executive* dalam tim bagi orang lain dan diharapkan juga dapat menjadi bahan pembelajaran akademik bagi mahasiswa UMN lainnya yang ingin mengambil Tugas Akhir sebagai *account executive*.



UMN