



### **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

Iklan merupakan salah satu cara untuk mempromosikan sesuatu yang banyak digunakan oleh perusahaan dari perusahaan kecil sampai besar. Menurut Alexander (2010), iklan atau *advertising* dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk komunikasi tanpa melakukan kontak atau interaksi pribadi mengenai suatu organisasi, produk, jasa, atau ide yang dibayar oleh satu sponsor yang diketahui (Alexander dalam Morissan, hlm 17).

Dari tahun 2015 sampai tahun 2017, di mana teknologi sudah berkembang pesat, mendapatkan informasi dan komunikasi tidaklah sulit. Informasi dan komunikasi bisa dilakukan hanya dengan menggunakan internet. Menurut Harjono (2009), Internet dapat diartikan sebagai kumpulan dari beberapa komputer yang bahkan dapat mencapai jutaan komputer di seluruh dunia yang dapat saling berhubungan serta saling terkoneksi satu sama lainnya. Dengan internet, iklan bisa dengan mudah untuk menjangkau pasar secara global dan informasi iklan tersebut akan tersampaikan dengan baik. Iklan yang dimunculkan di media-media yang terkoneksi dengan internet memiliki potensi keberhasilan yang tinggi. Salah satu media promosi yang banyak dipakai adalah iklan yang berbentuk sebuah video karena video merupakan sebuah alat komunikasi visual yang dapat digunakan untuk promosi. Cara ini masih merupakan cara untuk beriklan yang cukup efektif dan mampu mencakup area yang luas.

PT. Go Online Destinations merupakan salah satu biro agen perjalanan yang berbasis *online* di Indonesia. PT. Go Online Destinations atau lebih dikenal dengan Pegipegi menyediakan berbagai macam layanan jasa salah satunya adalah menyediakan tiket hotel, tiket pesawat dari berbagai maskapai penerbangan dan tiket kereta api. Di tahun 2017, Pegipegi sudah menjalin kerjasama dengan lebih dari 7000 hotel, menyediakan lebih dari 200 rute kereta dan 20.000 rute penerbangan. Pegipegi sering melakukan promosi untuk perusahaannya dalam berbagai media salah satunya dalam bentuk video promosi. Video promosi tersebut di-*publish* di salah satu situs web berbagi video yaitu *Youtube*. Pembuatan video promosi sebagai *project* tugas akhir ini adalah untuk membantu Pegipegi dalam mempromosikan jasa yang disediakan dalam menunjang keperluan *customer* yang ingin berpergian.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, rumusan masalah pada laporan skripsi penciptaan ini adalah: Bagaimana peran *Account Executive* dalam mencapai kesepakatan pembuatan video iklan Pegipegi?

## **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah pada laporan skripsi penciptaan ini dibatasi pada peran dan tanggung jawab *Account Executive* dalam pembuatan video promosi Pegipegi untuk mencapai kesepakatan.

#### 1.4. Tujuan Skripsi

Mengetahui dan memahami tugas dan tanggung jawab *Account Executive* sebagai penghubung klien dengan tim kreatif dan pencapaian kerjasama dalam pembuatan video iklan Pegipegi.

#### 1.5. Manfaat Skripsi

Manfaat dibagi menjadi tiga bagian:

1. Manfaat yang diperoleh bagi penulis adalah penulis mampu membuat suatu video iklan untuk klien. Tentunya ini akan menambah pengalaman penulis dan pengetahuan penulis dalam pembuatan iklan ataupun *corporate video*. Penulis juga mendapatkan manfaat sebagai *account executive* yaitu dalam menangani dan bersikap terhadap klien, yang nantinya penulis bisa gunakan pada saat dunia kerja.
2. Manfaat yang diperoleh pihak Pegipegi adalah video dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan layanan *travel e-commerce* serta jasa yang disediakan perusahaan untuk masyarakat, *customer*, atau sesuai dengan target pasar perusahaan.
3. Manfaat bagi Universitas Multimedia Nusantara adalah untuk memperkenalkan Universitas Multimedia Nusantara kepada pihak Pegipegi dan untuk melihat kemampuan para Mahasiswa dalam menghadapi tugas akhir.