



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

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Dalam proyek tugas akhir ini, penulis dan tim melakukan produksi iklan yang berkerjasama dengan Pegipegi. Pegipegi merupakan sebuah biro agen perjalanan yang berbasis *online* yang memiliki kantor pusat di Jakarta. Dalam pembuatan laporan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan metode kualitatif yaitu studi literatur dan observasi lapangan.

Metode kualitatif studi literatur yang penulis gunakan adalah dengan mencari sumber-sumber teori dari beberapa buku atau jurnal yang dapat digunakan untuk memperkuat penulisan laporan Tugas Akhir ini. Sumber-sumber yang digunakan penulis berhubungan langsung dengan pekerjaan seorang *Account Executive*. Dengan metode tersebut, penulis dapat mencari tahu lebih banyak mengenai tugas dan tanggung jawab seorang *Account Executive* dalam dunia periklanan dan pembuatan video iklan.

Metode kualitatif observasi lapangan adalah metode yang dilakukan dengan melihat atau mencari beberapa contoh video iklan yang berhubungan dengan klien. Selain itu, penulis dan tim juga melakukan observasi langsung ke perusahaan untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan secara spesifik untuk mendukung keberhasilan pembuatan iklan tersebut.

3.1.1. Latar Belakang Perusahaan

Pegipegi adalah perusahaan yang melayani pemesanan hotel, tiket pesawat dan tiket kereta api melalui situs webnya yaitu www.pegipegi.com, serta melalui aplikasi gratis di Android dan iOS. Pegipegi diresmikan pertama kali sebagai agen perjalanan yang melayani pemesanan hotel di Indonesia pada tanggal 7 Mei 2012 oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Mari Elka Pangestu.



Gambar 3.1 Logo Lama Pegipegi

Sumber : Properti Pegipegi

Kantor pusat Pegipegi berada di Jakarta Barat, tepatnya di Jl. Raya Perjuangan No. 23 Kebon Jeruk. Selain di Jakarta, Pegipegi memiliki 4 kantor cabang yang berada di kota Surabaya, Bali, Bandung, dan Yogyakarta. Kantor tersebut bertugas sebagai kantor pembantu untuk menjaga hubungan yang baik dengan hotel dan mitra yang berkerjasama dengan Pegipegi. Pegipegi sudah menjalin kerjasama dengan lebih dari 7000 hotel, menyediakan lebih dari 200 rute kereta dan 20.000 rute penerbangan. Adapun beberapa penghargaan yang pernah diberikan kepada Pegipegi, yaitu :

1. *Bronze Champion* dalam acara Indonesia WOW Brand 2017.

2. *Netizen Online Reservation Choice* dalam acara Indonesia *Netizen Brand Choice Award* (NBCA) 2017.
3. Customer Loyalty Award ‘Good’ in Net Promoter Score (NPS) For Travel Portal Category.

Pegipegi sendiri didukung oleh Recruit Holdings yang berperan sebagai *shareholder*. Recruit Holdings sendiri memiliki lebih dari 100 *online Brand Service* yang tersebar di dunia. Layanan yang disediakan oleh Recruit Holdings terbagi menjadi 10 bagian, yaitu *human resources, business, education, travel, beauty, housing, bridal, automobiles, dining, dan life & local info*.

Pada awal peresmian Pegipegi di Indonesia pada tahun 2012, Pegipegi menggunakan system *booking* dari Jalan.net. Jalan.net merupakan situs yang serupa dengan Pegipegi namun berada di Jepang dan termasuk di bawah dukungan Recruit Holdings. Sejarah kemunculan dan perkembangan Pegipegi di Indonesia dilakukan melalui beberapa tahap.

Pada bulan Mei 2012, Pegipegi resmi menjadi *Online Travel Portal*. Di langkah awal tersebut, Pegipegi baru menyediakan layanan untuk pemesanan hotel. Lalu di bulan Agustus 2013, Pegipegi menyediakan layanan untuk pemesanan tiket pesawat dan di bulan Juli 2015 melakukan peluncuran aplikasi pada *android*. Disusul pada bulan Desember 2015, Pegipegi meluncurkan aplikasinya pada IOS. Pegipegi juga menyediakan layanan untuk pemesanan tiket kereta pada bulan Maret 2016 dan layanan kereta *Railink* atau kereta api bandara pada bulan September 2017.

Di akhir tahun 2017, tepatnya tanggal 5 Desember 2017 Pegipegi resmi memperkenalkan logo baru kepada para konsumennya. Dengan slogan baru “*Your Fun Traveling Partner*” yang bertujuan untuk menarik perhatian kepada anak-anak muda untuk liburan dengan menggunakan Pegipegi.



Gambar 3.2 Logo Baru Pegipegi

Sumber : Properti Pegipegi

3.1.2. Posisi Penulis

Dalam pembuatan video iklan ini, penulis memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai *account executive* yang bertugas untuk menghubungkan antara pihak klien dengan tim kreatif, serta mencakup sedikit peranan sebagai produser. Dalam pembuatan video iklan ini, penulis memiliki tim yang berjumlah 4 orang. Kru tersebut menjabat sebagai *Creative Director*, *Copywriter*, *Art Director* dan *Account Executive*.

3.2. Tahapan Kerja

Dalam pelaksanaan pembuatan video iklan ini, penulis sebagai pihak yang menghubungkan antara klien dengan tim kreatif memfokuskan tahapan kerja pada bagian pra produksi :

3.2.1. Pengajuan Proposal

Langkah pertama yang penulis lakukan adalah pengajuan proposal kepada klien. Proposal pertama, penulis kirimkan melalui email kepada klien. Setelah proposal diterima, klien menghubungi penulis yang dilanjutkan dengan melakukan pertemuan dengan klien untuk menjelaskan maksud dan tujuan proposal yang penulis ajukan.

3.2.2. Meeting dan Wawancara

Setelah diterimanya proposal kerjasama pembuatan iklan, penulis dan tim melakukan pertemuan sesuai dengan jadwal yang sudah disepakati bersama. Pertemuan ini bertujuan untuk membahas dan menyalurkan ide yang sudah disiapkan tim kreatif kepada klien. Ini bertujuan agar ide cerita atau konsep yang akan dibuat menjadi iklan tersebut bisa sesuai dengan keinginan klien. Setiap pertemuan tersebut, penulis membuat *minutes of meeting* sebagai rangkuman dari setiap pertemuan yang dilakukan dan sebagai bukti hasil kesepakatan yang disetujui secara bersama. Hasil rangkuman tersebut akan disimpan dan dijadikan sebagai bukti yang sah dari setiap keputusan yang diambil dalam suatu *meeting*. Setiap *minutes of meeting* akan ditandatangani oleh semua peserta rapat yang hadir sebagai tanda keabsahan dan keaslian.

3.2.3. Pembuatan Client Brief

Pada tahap ini, penulis melakukan pertemuan dengan klien yang bertujuan untuk mengetahui masalah atau kebutuhan klien. Hasil dari *client brief* akan digunakan untuk pembuatan ide dan konsep iklan yang sesuai dengan keinginan klien. Selain itu, *client brief* juga digunakan untuk mengetahui informasi dan latar belakang

perusahaan klien secara lebih dalam, karena biasanya hal tersebut hanya pihak klien yang mengetahui secara rinci. Semua hasil dari *client brief* ini akan penulis informasikan kepada tim karena ini adalah salah satu tugas penulis sebagai *Account Executive*.

3.2.4. Proses Negosiasi Konsep

Setelah melakukan *client brief* dengan klien, *creative director* akan membuat konsep sesuai dengan hasil dari pertemuan dengan klien. Dalam pembuatan video iklan ini, penulis dan tim membuat beberapa konsep dan ide cerita yang akan dipakai, lalu melakukan presentasi ide cerita di depan klien dan mendiskusikan ide cerita bersama dengan klien. Jika terdapat revisi atau perbaikan mengenai ide cerita, akan dibahas langsung secara bersama-sama hingga tercapai sebuah kesepakatan ide cerita yang akan di pakai.

Selain konsep, ada beberapa hal yang dibahas bersama-sama untuk menunjang keberhasilan konsep tersebut. Salah satunya adalah pembahasan tentang pemilihan aktor yang akan berperan di dalam cerita, lokasi syuting yang akan digunakan, kostum dan *property* yang akan ditampilkan di dalam iklan. Semua hal yang bersangkutan dengan pembuatan iklan harus mendapat persetujuan dari pihak klien. Hal ini bertujuan agar klien bisa mengetahui tentang semua hal yang terdapat di dalam iklan yang akan dibuat.

Pada tahap inilah penulis melakukan negosiasi dengan klien jika ada hal yang tidak sesuai dengan keinginan klien. Penulis harus bisa menjelaskan tentang hal tersebut kepada klien agar klien paham dengan maksud dibalik hal tersebut.

3.2.5. Membuat Kesepakatan

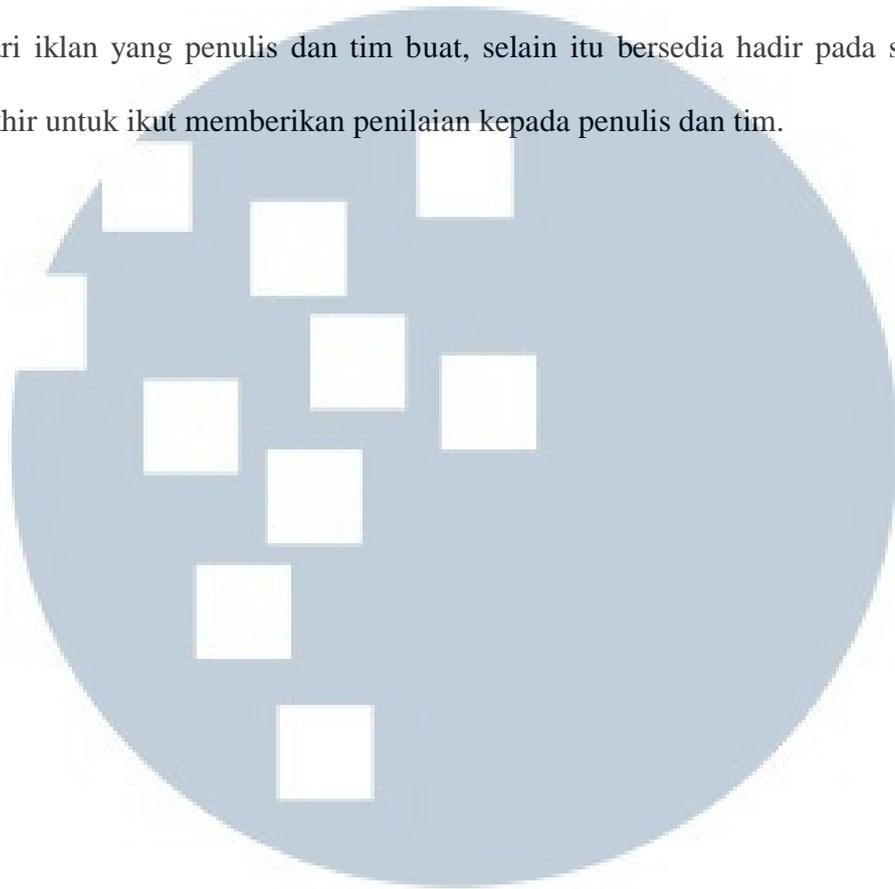
Kesepakatan yang tercapai harus mendapat persetujuan dari pihak klien dan tim penulis. Kesepakatan yang disetujui haruslah menguntungkan kedua pihak atau tidak merugikan salah satu pihak. Hasil dari negosiasi di setiap pertemuan rapat adalah sebuah kesepakatan bersama yang akan dituliskan dalam *minutes of meeting*. Semua keputusan yang dibuat akan disahkan pada tahap akhir yaitu dituliskan di dalam surat kontrak. Untuk mendapatkan kesepakatan yang baik memerlukan sikap dan pemikiran yang luas. Masing-masing pihak menerangkan kesepakatan yang telah dibuat dan saling berdiskusi untuk membuat keputusan bersama.

3.2.6. Kontrak Kerja

Kontrak kerja merupakan sebuah kontrak yang mengikat di antara dua pihak. Kontrak kerja ini penulis buat untuk klien dan juga untuk kebutuhan penulis. Penulis membutuhkan kontrak kerja agar hasil akhir dari pembuatan iklan ini bisa tercapai sesuai dengan kesepakatan bersama yang terdapat di dalam kontrak kerja. Untuk mencapai sebuah kontrak kerja, penulis harus membuat pertemuan dengan pihak klien untuk membahas kontrak kerja. Pada tahap inilah, penulis melakukan negosiasi tentang isi dari surat kontrak tersebut. Ini bertujuan agar tujuan dari kedua belah pihak bisa tercapai bersama.

Di dalam kontrak kerja tersebut ada beberapa hal yang penulis cantumkan dikarenakan memang kebutuhan penulis dalam pembuatan tugas akhir. Salah satunya adalah, kesepakatan bahwa pihak klien bersedia untuk menggunakan hasil

dari iklan yang penulis dan tim buat, selain itu bersedia hadir pada saat sidang akhir untuk ikut memberikan penilaian kepada penulis dan tim.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3. Acuan

Acuan yang penulis pakai adalah berupa *template minutes of meeting*, *client brief* dan format surat kontrak.

The image shows a template for a 'Minutes of Meeting' document. It features a large, light blue circular watermark in the background with the letters 'UMN' inside. The template itself is white with black text and rectangular boxes for input. At the top, it says 'Minutes of Meeting'. Below that, there are fields for 'Tanggal:' (Date), 'Jam:' (Time), 'Tempat:' (Location), and 'Hadirin:' (Attendees). The 'Hadirin:' field is a large empty box. Below that is 'Hasil Meeting:' (Meeting Results), followed by another large empty box. At the bottom is 'Tanda Tangan:' (Signatures), followed by a large empty box. The watermark 'UMN' is repeated in large, light blue letters across the bottom of the page.

Gambar 3.3 Contoh *Minutes Of Meeting*

Properti Pribadi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

CREATIVE BRIEF

Date: _____

Name: _____

Agency: _____

Client: _____ Product: _____ Project Name: _____

Background/Overview

01

Purpose/Objective/Goal

What's the single most important to say

What are the supporting rational and emotional 'reasons to believe and buy?'

Who are your competitors?

What else will assist creative development?

What is the key benefit of your product over your competitors

Target Audience

02

Schedule

The IDEA

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.4 Contoh *Creative Brief*

Properti Pribadi

SURAT PERJANJIAN KONTRAK KERJA

Yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama :
Alamat :
Jabatan :
Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama
Perusahaan :
Yang berkedudukan di :
Jenis Usaha :
Selanjutnya dalam surat perjanjian ini disebut sebagai Pihak Pertama (Pengusaha)

2. Nama :
Jenis Kelamin :
Tempat & Tgl lahir :
Umur :
Agama :
Pendidikan terakhir :
Alamat :
No.KTP :
Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama diri sendiri, selanjutnya disebut sebagai Pihak Kedua (karyawan).

Kedua belah pihak sepakat untuk membuat perjanjian kerja dengan ketentuan dan syarat-syarat sebagai berikut:

Pasal 1

Pihak Pertama dengan ini menyatakan menerima Pihak Kedua sebagai karyawan/pekerja perusahaan [..], yang terletak di [..], dalam bidang tugas [..], dan Pihak kedua dengan ini menyatakan bersedia menjadi karyawan Pihak Pertama dalam bidang tugas [..].

Pasal 2

Masa Percobaan ditetapkan selama 3 bulan dihitung sejak tanggal masuk diterima bekerja (perjanjian kerja waktu tertentu tidak boleh disyaratkan dalam masa percobaan), yakni sejak tanggal [..]. Upah diberikan secara (bulanan, harian, mingguan), besarnya upah pokok Rp [..]- dengan waktu kerja sehari [..] jam, atau [..] jam seminggu.

Pasal 3

Tunjangan-tunjangan di luar upah adalah:

· Tunjangan makan Rp [..]-
· Tunjangan transport Rp [..]-
· Bonus Rp [..]-

Pasal 4

Apabila Pengusaha atau Pekerja mengakhiri perjanjian kerja untuk waktu tertentu sebelum waktunya berakhir, maka pihak yang mengakhiri perjanjian kerja tersebut wajib membayar ganti rugi kepada pihak lainnya sebesar sisa upah pekerja sampai waktu atau pekerjaan seharusnya selesai, kecuali apabila putusannya hubungan kerja karena alasan memaksa/kesalahan berat pekerja.

Pasal 5

Pihak Pertama dan Kedua bersedia mentaati isi peraturan perusahaan, dan pihak kedua akan patuh pada tata tertib perusahaan.

Pasal 6

Hal-hal yang belum diatur dalam perjanjian kerja ini, berlaku ketentuan isi KKB dan/atau peraturan perusahaan (jika perusahaan belum memiliki KKB atau peraturan perusahaan, perjanjian kerja ini dibuat lebih rinci lagi dengan mengacu pada pedoman pembuatan peraturan perusahaan)

Pasal 7

Segala perselisihan yang timbul akibat perjanjian kerja ini akan diselesaikan secara musyawarah dan mufakat, dan apabila tidak dapat diselesaikan para pihak akan menyelesaikannya melalui Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Tarakan.

Demikian Surat Perjanjian Kerja ini dibuat, setelah para pihak membaca dan memahami isinya kemudian dengan sukarela tanpa paksaan atau tekanan dari siapapun bersama-sama menandatangani diatas kertas bermaterai yang berlaku.

Dibuat di
Tanggal.....

Pihak Pertama

Pihak Kedua



Gambar 3.5 Contoh Surat Perjanjian Kontrak Kerja
(sumber : https://kupdf.com/queue/surat-perjanjian-kontrak-kerja_596e3b51dc0d601071a88e7c_pdf?queue_id=-1)