



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 adalah sebuah pesan mengenai produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat melalui suatu media dengan tujuan untuk menawarkan, membujuk dan menarik perhatian target pasar suatu produk atau jasa (Kasali, 1992, hlm.2). Dalam era modern ini, perkembangan teknologi meningkatkan berbagai macam cara untuk mempromosikan suatu produk ataupun jasa. Salah satu yang paling efektif adalah video promosi atau yang biasa disebut dengan *television commercial*. Cara ini kerap sekali digunakan oleh para perusahaan. Iklan yang menggunakan gambar bergerak dan suara, bersifat lebih kuat dalam memikat serta memotivasi penonton. Gambar bergerak menyediakan lebih banyak ruang lingkup untuk melibatkan penonton, seperti membuat mereka berandai apa yang akan atau tidak akan terjadi lalu mereka akan terpaksa untuk menikmatinya (Mahon, 2010, hlm.120).

Sebuah iklan tidak akan lepas dari *advertising agency* atau biasa disebut biro iklan. Agensi periklanan atau biro iklan bertugas untuk merancang, mengelola serta mengkoordinasi ide dan konsep sesuai dengan *brand* dari sebuah produk atau jasa. Saat ini dunia periklanan memperlihatkan adanya persaingan ketat antara perusahaan jasa kreatif (agensi periklanan atau biro iklan) sehingga dalam sebuah agensi sangat dibutuhkan kemampuan, kualitas, selera, kreativitas serta profesionalitas.

Dalam sebuah *advertising agency*, *account executive* merupakan sosok pemimpin yang memiliki tanggung jawab besar. Tugas utama dari seorang *account executive* adalah untuk menjadi penghubung antara klien dan agensi. *Account executive* merupakan penggerak dan ujung tombak dari segala proses periklanan, dimana ia merupakan sosok yang bertanggung jawab dalam mempertahankan dan menciptakan kerjasama yang nyaman antara agensi dan klien (Kasali, 1992, hlm.29).

Dalam dunia bisnis, profil klien dan cara mereka bekerja pastinya berbeda beda. Maka dari itu, penting untuk seorang *account executive* dapat memahami serta mengetahui tipe klien mereka dengan baik sehingga mereka dapat memperlakukan mereka sebagaimana mestinya. Ada berbagai macam tipe klien dan tidak semua klien dapat diperlakukan dengan sama. Agar sebuah hubungan dan kerjasama dapat berjalan dengan lancar, *account executive* harus dapat menentukan peran seperti apa dan cara seperti apa yang harus dilakukan dalam menjadi penghubung antara klien dan agensi. Maka dari itu penulis merasa penting untuk mengetahui tipe-tipe klien sebelum menjalankan kerjasama. Dengan mengetahui kepribadian klien, penulis sebagai *account executive* dapat menentukan cara yang sesuai dalam menghadapi klien mereka. Untuk mencapai kepuasan klien, dibutuhkan seorang *account executive* yang mampu untuk membimbing tim agar menghasilkan karya yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, ekspektasi klien dan berguna bagi perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Apa peran *account executive* dalam menjadi penghubung antara klien dan agensi dalam pembuatan video komersil Puyo Dessert?

1.3. Batasan Masalah

Dalam penulisan ini, berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah. Penulisan akan dibatasi oleh peran *account executive* terhadap tipe klien Puyo Dessert khususnya dalam proses praproduksi.

1.4. Tujuan Skripsi

Karya tulis ini diciptakan dengan tujuan sebagai laporan dalam mempraktekkan peran yang sesuai dalam menjadi penghubung antara Puyo Dessert dan agensi serta hal-hal yang harus dikuasai oleh *account executive* selama menjadi penghubung khususnya dalam tahapan praproduksi.

1.5. Manfaat Skripsi

Adapun dengan penyusunan skripsi ini maka manfaat yang akan didapat adalah:

1. Bagi penulis, selain sebagai syarat untuk memperoleh sarjana seni, karya tulis ini juga bermanfaat sebagai bahan pembelajaran dan evaluasi setelah memproduksi sebuah iklan komersil.
2. Bagi pembaca yaitu untuk membagi pengalaman dan memberikan pembelajaran terhadap apa yang sudah pernah dilakukan dan bagaimana hasilnya.
3. Bagi universitas yaitu sebagai tinjauan pustaka dan rujukan akademis bagi mahasiswa lainnya.