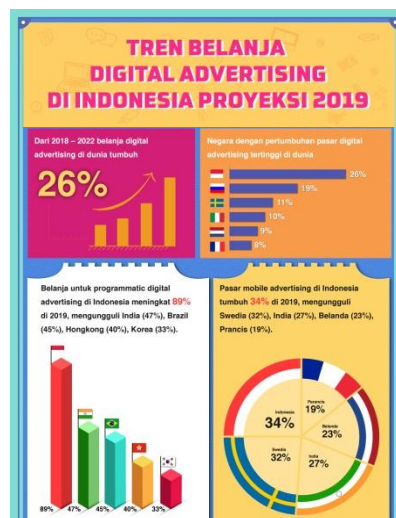


menyatakan bahwa lebih dari setengah jumlah penduduk di Indonesia adalah pengguna internet dan pengguna aktif media sosial. Melihat antusiasme masyarakat Indonesia pada internet dan media sosial tidak lantas membuat perusahaan gencar menggunakan iklan digital untuk mempromosikan produk atau jasa mereka. Dilansir dari situs Digiads.co.id menyatakan bahwa pada tahun 2018, iklan digital hanya menghabiskan total sekitar Rp2,4 triliun dari total belanja iklan di Indonesia yang menyentuh angka Rp40,7 triliun. Situs Digiads.co.id juga memnyatakan bahwa PubMatic, perusahaan yang mengembangkan sebuah perangkat lunak teknologi iklan digital sehingga memungkinkan agensi periklanan membuat strategi iklan, telah memprediksi bahwa pasar iklan digital di Indonesia pada tahun 2019 akan bertumbuh dengan pesat hingga mencapai angka Rp36,5 triliun. Total belanja iklan secara digital ini mungkin untuk dicapai mengingat banyaknya agensi periklanan hingga agensi periklanan digital untuk membantu perusahaan memasarkan produk mereka secara tepat dan kreatif.

Gambar 1.2 Tren Belanja Digital



Sumber: Digiads.co.id

Perusahaan saat ini banyak yang menggunakan bantuan dari *advertising agency* untuk menjalankan iklan, promosi, hingga media sosial yang dimiliki oleh perusahaan. *Advertising agency* adalah suatu perusahaan yang menyediakan jasa untuk membuat suatu konsep kreatif dalam merencanakan, membuat, hingga mengeksekusi iklan serta promosi bagi *brand* klien yang dipegang. *Advertising agency* dibutuhkan oleh perusahaan karena pihak

advertising agency mempunyai orang-orang yang lebih profesional untuk di bidang periklanan. *Advertising agency* di Indonesia sendiri mempunyai beberapa tipe seperti *full service advertising agency*, *in-house advertising agency*, dan *specialist advertising agency*. *Full service advertising agency* adalah perusahaan iklan yang menawarkan jasa secara lengkap mulai dari jasa pemasaran, komunikasi, dan jasa promosi. *In-house advertising agency* adalah tim dalam sebuah perusahaan yang fokus dalam melakukan pemasaran produk mereka sendiri. *Specialist advertising agency* adalah perusahaan periklanan yang khusus hanya di satu bidang seperti misalnya bidang pemasaran secara *offline*. Di era digital sekarang, juga bertambah jenis *specialist advertising agency* yang sering disebut *digital advertising agency*.

Digital advertising agency adalah *advertising agency* yang membantu para perusahaan untuk memasarkan produk atau *brand* mereka dengan menggunakan media digital seperti situs, aplikasi, media sosial, dan sebagainya. Sekarang ini, *digital advertising agency* dinilai jauh lebih efektif karena penggunaan *budget* yang relatif lebih sedikit dan dampak yang lebih besar serta terarah. Indonesia juga termasuk dalam salah satu negara dengan pertumbuhan pasar *digital advertising* tertinggi di dunia. Narrada merupakan salah satu agensi periklanan digital pertama dan tertua yang ada di Indonesia. Bermula dari tahun 1997 hingga menjadi *advertising agency* yang menyediakan jasa khusus untuk digital di tahun 2003, Narrada juga telah memiliki banyak penghargaan di bidang periklanan. Melihat dari latar belakang dan penghargaan yang diraih Narrada membuat penulis tertarik untuk mengikuti lomba yang bekerja sama dengan Narrada.

Beberapa bagian yang ada di sebuah *digital advertising agency* adalah *account services*, *marketing services*, *creative services*, dan *finance*. *Account Services* adalah bagian yang dijalankan oleh *Account Executive* (AE) dengan tugas sebagai jembatan antara klien dengan agensi dan orang yang bertugas memastikan semua proyek berjalan lancar. Seorang *Account Executive* juga memiliki tanggung jawab untuk memahami apa yang dibutuhkan oleh klien sehingga dapat menyampaikan pesan dari klien secara jelas kepada tim internal yang bertugas untuk membuat *copy* dan visual yang dibutuhkan oleh

klien (E. Belch, A. Belch, 2009, p.79). Selama proses kerja magang, tugas yang diberikan adalah melakukan kerja magang di divisi *Account Executive*. Keterampilan komunikasi yang baik dan mempunyai wawasan yang luas adalah salah satu keterampilan yang dibutuhkan oleh seorang *Account Executive* (AE). Kehadiran seorang *Account Executive* dalam dunia agensi periklanan digital akan mempermudah semua pertukaran informasi yang terjadi antara klien dengan *advertising agency*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

1. Untuk mengetahui peran dari seorang *Account Executive* di sebuah perusahaan periklanan digital.
2. Untuk terlibat dalam memberikan *brief project* dari klien untuk tim internal perusahaan yang bertanggung jawab.
3. Untuk mengetahui proses aktivitas periklanan mulai dari *brainstorming* hingga eksekusinya di bagian media sosial.

1.3 Waktu & Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan sejak tanggal 7 Agustus 2019 sampai dengan tanggal 7 November 2019. Kerja magang dilakukan setiap hari Senin sampai Jumat dengan waktu kerja mulai dari pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB.

Tempat untuk melakukan kerja magang adalah Narrada Channel O. Sebelum melakukan kerja magang, Pride mengadakan lomba yang diikuti oleh penulis dan tim. Pride adalah acara yang diadakan oleh mahasiswa ilmu komunikasi khususnya jurusan strategi komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Pride merupakan sebuah acara tahunan yang terdiri dari rangkaian lomba dan seminar yang ditujukan kepada mahasiswa jurusan strategi komunikasi. Pada awal tahun 2019, Pride mengadakan perlombaan dengan tema Digital Marketing Communication yang bekerja sama dengan Narrada. Setelah mengikuti perlombaan tersebut dan berhasil menjadi juara utama, lalu hadiah yang didapatkan adalah dapat mengikuti kerja magang di Narrada dan uang tunai.

Setelah memenangkan lomba tersebut, hal yang pertama kali dilakukan adalah datang ke Narrada untuk membicarakan beberapa hal terkait kerja magang mulai dari tanggal mulai, peraturan yang harus dijalankan, hingga jadwal absensi. Kegiatan selanjutnya adalah mengurus lembar pengajuan magang dari kampus untuk diserahkan ke pihak Narrada. Pihak Narrada lalu memberikan surat tanda diterima untuk melakukan kerja magang di Narrada Channel O pada divisi *Account Executive*. Selama melakukan kerja magang ada di bawah bimbingan Kartika Kirana Dara sebagai Account Executive dan Astari Giri sebagai Account Director.

Kegiatan selanjutnya adalah mengajukan lembar pengajuan magang dari kampus untuk kemudian dijadikan dokumen pegangan, lembar jadwal kehadiran, lembar penilaian, sekaligus lembar evaluasi yang diberikan langsung oleh pembimbing lapangan. Kerja magang dilakukan selama kurang lebih 67 hari.

Penempatan kerja magang di tim G1 yang sedang memegang brand Royal Canin dan Prudential. Dalam periode magang ini pekerjaan dilakukan ersama dengan anggota tim yang memiliki kedudukan berbeda seperti *social media officer*, *copy writer*, *graphic designer*, dan *account executive*. Selama kerja magang berlangsung, hal yang paling banyak dipelajari adalah tugas sebagai *marketing communication*, khususnya di divisi *account executive*. Kerja magang yang dilakukan belajar untuk memahami *brief* yang diberikan oleh klien dan bagaimana cara menyampaikan *brief* tersebut kepada tim internal. Dalam kerja magang juga ikut terlibat dalam proses kreatif yang dijalankan dalam tim, belajar untuk bekerjasama, dan membangun hubungan yang baik dengan banyak orang.

Setelah proses kerja magang selesai, ada kewajiban untuk membuat laporan kerja magang sebagai bentuk pertanggungjawaban selama melakukan kurang lebih 67 hari praktek kerja magang. Bersama dengan pembimbing kerja magang serta dosen pembimbing laporan magang, terbentuklah tulisan dan pemamaparan apa yang telah didapat dan dilakukan selama proses kerja magang.