

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kerja magang dilaksanakan selama 67 hari lamanya sebagai *Account Executive Intern* dalam *Brand Team G1 Narrada Channel O*. Divisi *Account* di Narrada terdiri dari beberapa kedudukan yaitu *Account Director*, *Account Manager*, *Senior Account Executive*, dan *Account Executive*. Dalam G1, terdapat *Account Director* yang menjadi supervisi bernama Astari Giri. Pelaksanaan kerja magang sebagai *Account Executive* juga mewajibkan koordinasi langsung dengan Kirana Dara sebagai *Account Executive* dan Asri Citra Triandi sebagai *Senior Account Executive* yang berada dalam G1.

Struktur *Brand Team* yang diterapkan oleh Narrada membuat seorang *Account Executive* untuk langsung berkoordinasi kepada tim kreatif yang terdiri dari *Graphic Designer*, *Copywriter*, dan *Social Media Officer* dalam pekerjaan sehari-harinya. Selain tim kreatif, *Account Executive* juga berkoordinasi langsung dengan divisi *Programmer* yang terdiri dari *Front End Designer* dan *Back Hand Designer* untuk memastikan *website* dan aplikasi klien dapat berjalan dengan baik. Divisi *Account Executive* di Narrada mempunyai tugas utama untuk memastikan komunikasi yang terjalin antara klien dengan tim kreatif internal agensi periklanan berjalan dengan baik.

#### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Divisi *Account Executive* dalam sebuah agensi periklanan adalah peran yang memiliki kedudukan penting karena semua ranah pekerjaan yang harus dilakukan bergantung kepada kemampuan komunikasi *Account Executive*. Seorang *Account Executive* harus mempunyai skill komunikasi yang baik agar dapat memahami dan menyampaikan keinginan klien kepada tim internal sesuai dengan yang diinginkan klien. Melakukan kerja magang di divisi *Account Executive* juga mempelajari beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh

tim internal lainnya seperti membantu *Copywriter* untuk mengecek *copy* di setiap konten yang dibuat dan membantu tim media sosial untuk mencari *influencer*, membahas konten media sosial yang harus dibuat, dan memastikan semua postingan berjalan sesuai jadwal yang ditentukan.

Beberapa hal yang menjadi tugas utama saat magang menjadi seorang *Account Executive* adalah:

- a. Mempelajari dan memahami *brand* yang dipegang yaitu Royal Canin dan Prudential.
- b. Mempelajari jenis *post* yang ada di media sosial Royal Canin dan Prudential
- c. Membantu *monitoring post* media sosial Royal Canin dan Prudential agar sesuai dengan jadwal postingan yang ditentukan
- d. Mempelajari *brief* dari klien dan memberikan *creative brief* kepada tim internal
- e. Mengikuti *weekly meeting* untuk membahas konten media sosial yang sedang dikerjakan
- f. Membantu pengecekan konten media sosial yang dibuat oleh tim sebelum diberikan kepada klien
- g. Membuat daftar permintaan pekerjaan antara klien dengan agensi
- h. Melakukan survei telepon data pelanggan pemilik hewan peliharaan yang menggunakan Royal Canin
- i. Membantu mencari *influencer* yang sesuai dengan brand Royal Canin
- j. Mencari pemenang kuis-kuis yang dilaksanakan di media sosial Prudential
- k. Membuat artikel produk untuk kepentingan LinkedIn Prudential

Tabel 3.1 Timeline Aktivitas Kerja Magang

Aktivitas	Agustus				September				Oktober					November
	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1
<b>Account Management</b>														
Membuat brief														
Membuat daftar permintaan pekerjaan														
Brief Monitoring														
Melakukan Survei Telepon														
<b>Copywriting</b>														
Membuat copy dalam deck														
Mengecek copy dalam visual														
Menulis artikel LinkedIn														
<b>Social Media Management</b>														
Social Media Monitoring														
Mencari Influencer														
Membuat bukti tayang														
Menentukan Pemenang														

Sumber: Olahan Penulis

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah uraian tugas-tugas utama yang telah dilakukan selama menjalani proses kerja magang sebagai Account Executive G1 di Narrada Channel O:

#### 3.3.1 Account Management

Tugas utama yang dilakukan saat magang sebagai *Account Executive* ialah membantu pekerjaan dalam divisi *Account* yang terdiri dari *Account Executive* dan *Account Director*. *Account Executive* adalah orang yang bertanggung jawab untuk memahami segala kebutuhan pemasaran dan promosi dalam sebuah agensi periklanan. Seorang *account executive* juga harus dapat menafsirkan permintaan klien kepada agensi periklanan serta membuat perencanaan jadwal dalam memproduksi konten promosi tersebut (E. Belch, A. Belch, 2009, p. 80).

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan pertama kali sebagai *Account Executive Intern* ialah mempelajari terlebih dahulu mengenai *brand* dan media sosial yang digunakan oleh Prudential dan Royal Canin. Memahami mengenai *brand* yang menjadi tanggung jawab yaitu Prudential dan Royal Canin adalah suatu hal penting agar dapat mengetahui karakteristik dari unggahan di media sosial yang digunakan oleh setiap *brand*. Selain mengetahui karakteristik dari unggahan dan mempelajari *brand* yang menjadi tanggung jawab juga memudahkan seorang *Account Executive* dalam memberikan *brief* yang lengkap beserta dengan gambaran visual yang diinginkan oleh pihak klien kepada tim kreatif di *advertising agency*. Saat mempelajari *brand* yang menjadi tanggung jawab, salah satu hal yang menjadi perhatian penting adalah memahami kepribadian dari *brand* tersebut.

Kepribadian dari *brand* adalah salah satu ciri paling kuat yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Perusahaan dapat terlihat menyenangkan atau bahkan kaku tergantung kepada kepribadian yang ditonjolkan. Seorang *Account Executive* harus dapat memahami, mendefinisikan, dan membantu perusahaan mengenali kepribadian dari *brand* mereka. Selain itu, *brand*

dengan kepribadian yang kuat tentu akan menjadi sebuah pembeda yang kuat dibandingkan dengan *brand* lainnya (Kelley, 2015, h.64). Berdasarkan teori tersebut, dapat dilihat jelas alasan seorang *Account Executive* harus memahami *brand* terlebih dahulu sebelum dapat menyampaikan *brief* dari klien kepada tim agar *output* dari *brief* sesuai dengan kepribadian dari *brand* yang ada.

Salah satu tugas utama yang dilakukan seorang *Account Executive* adalah membuat *brief* yang memuat permintaan klien untuk kemudian diberikan kepada tim internal. Dalam melaksanakan kerja magang, telah dibuat beberapa *brief* hasil permintaan klien Royal Canin dan Prudential yang diberikan kepada tim internal. *Brief* Royal Canin yang menjadi tanggung jawab saat pelaksanaan kerja magang adalah permintaan kode *voucher* Royal Canin, konten promo diskon yang diadakan di *e-commerce*, permintaan bukti tayang di media sosial setiap bulannya, hingga perubahan yang harus dilaksanakan di aplikasi dan *website* Royal Canin. *Brief* Prudential yang menjadi tanggung jawab saat pelaksanaan kerja magang adalah perayaan Hari Pelanggan Nasional, Bulan Inklusi Keuangan, Tahun Baru Islam, hingga konten untuk promosi pelaksanaan PRU Ride.

Gambar 3.1 Brief Prudential yang dibuat untuk tim kreatif



Sumber: Olahan penulis

*Brief* klien merupakan informasi mentah dari klien yang belum diolah lalu harus dipahami dan diolah terlebih dahulu oleh seorang *Account Executive* menjadi sebuah *brief* yang kreatif. Dalam membuat sebuah *brief*, *Account Executive* dituntut untuk dapat memahami terlebih dahulu konsep yang akan dibuat sebelum menyampaikannya kepada tim internal agensi periklanan. Sebuah *creative brief* yang lengkap biasanya berisikan masalah yang dihadapi, target *market brand*, kondisi terkini *brand*, hal yang ingin target *market brand* lakukan, apa yang bisa dibuat untuk memotivasi target, bagaimana cara untuk mengkomunikasikannya, hingga cara untuk mengukur sebuah kesuksesan (Kelley, 2015, p.97).

Dalam pelaksanaannya, *brief* yang dikerjakan selama praktik laporan magang tidak pernah selengkap apa yang dipelajari dalam teori yang ada. Isi *brief* relatif hanya memuat apa yang ingin dilakukan dan bagaimana cara hal tersebut dapat mencapai target market yang dituju. Saat melakukan kerja magang, *brief* yang diberikan dari tim kreatif kepada klien juga tidak luput dari sebuah revisi hingga menjadi sebuah keharusan untuk melakukan *monitoring brief* tersebut hingga mendapatkan *approval* dari klien. *Approval* dari klien terhadap konten promosi yang dibuat juga tidak akan datang dengan cepat, biasanya sebuah *approval* harus melalui beberapa tahapan dari pihak klien sendiri sehingga persiapan konten promosi diharapkan tidak mepet waktunya dengan jadwal *upload* konten tersebut di media sosial. Proses pengerjaan dalam membuat sebuah *brief* saat kerja magang dimulai dari penerimaan *brief* asli dari klien oleh *Account Executive* Perusahaan lalu dilakukan pemahaman bersama sebelum akhirnya menuliskan *brief* tersebut *via e-mail* dan dikirimkan kepada tim kreatif internal *advertising agency*.

Melakukan kerja magang dalam divisi *Account Executive* juga mempunyai kewajiban untuk membantu membuat daftar permintaan pekerjaan dari klien untuk pihak agensi setiap harinya. Daftar permintaan pekerjaan ini berguna agar *Account Executive* dapat mengetahui progress dari setiap *brief* yang akan dan sedang berjalan. Selain itu, daftar permintaan pekerjaan juga berguna bagi klien agar dapat melihat sejauh

mana *progress* dari *brief* tersebut tanpa harus bertanya lebih dahulu kepada pihak agensi periklanan. Pembuatan daftar permintaan pekerjaan juga akan memudahkan tim agensi periklanan agar tidak melewatkan *brief* yang seharusnya dikerjakan. Salah satu tugas dari seorang *Account Executive* adalah bertugas mengkoordinasikan aktivitas perusahaan iklan dalam merencanakan, menciptakan ide kreatif, hingga memproduksi sebuah konten promosi (Morissan, 2010, p.114). Tugas dari seorang *Account Executive* yang cukup banyak membuat harus adanya daftar pekerjaan yang sedang menjadi tanggung jawab dari pihak klien agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Selain itu, pelaksanaan kerja magang juga menugaskan untuk melakukan survei data pelanggan Royal Canin melalui telepon untuk mendapatkan data yang diinginkan. Topik utama yang menjadi pertanyaan adalah jenis hewan peliharaan yang dimiliki, pendapat para konsumen mengenai *brand* Royal Canin, manfaat yang terlihat saat memberikan Royal Canin kepada hewan peliharaan, alasan apabila tetap menggunakan Royal Canin, hingga penggunaan *voucher* belanja yang diberikan oleh Royal Canin. Survei sendiri adalah sebuah metode penelitian yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari responden yang dianggap merepresentasikan populasi tertentu (Kriyantono, 2014, p.59).

Jenis survei yang dilakukan selama praktik kerja magang adalah survei melalui telepon. Wawancara singkat melalui telepon memungkinkan adanya respon secara langsung yang diterima dalam jangka waktu yang relatif singkat dan akses yang lebih luas (Jogiyanto, 2014, p.30). Selama praktik kerja magang, survei telepon yang dilaksanakan telah berhasil menghubungi kurang lebih 500 pelanggan Royal Canin dan berhasil mendapatkan jawaban dari 120 pelanggan. *Report* hasil survei tersebut juga telah dikerjakan selama praktik kerja magang dengan membuat kesimpulan hasil survei yang akan dipresentasikan kepada klien.

Gambar 3.2 *Report* survei telepon pelanggan Royal Canin

Comparison YOY 2018 vs 2019



	2018	2019
Total data yang di kontak	450	251
Total data yang berhasil	102	43

	Kennel	Cattery	TOTAL
2018	100	2	102
2019	23	20	43

Sumber: Olahan Penulis

Peran *Account Executive* menurut Morissan (2010, p.114) sendiri terdiri dari beberapa hal. Peran pertama ialah mengkoordinasi seluruh program kampanye IMC yang sesuai dengan keinginan klien. Selain itu, *Account Executive* juga bertugas untuk membina hubungan baik dengan klien yang dapat dilakukan melalui komunikasi yang baik, layanan kreativitas yang baik, layanan *media planning* yang baik, hingga layanan evaluasi yang baik. Peran selanjutnya ialah bertanggung jawab memahami kebutuhan pemasaran atau promosi dari klien dan menginterpretasikan kebutuhan tersebut kepada agensi periklanan. Peran *Account Executive* lainnya ialah memahami bisnis klien yang menjadi tanggung jawab, melakukan negosiasi dengan klien, media, *production house*, hingga melakukan supervisi pembuatan sebuah konten promosi. Tahap akhir dari pekerjaan seorang *Account Executive* juga harus dapat melakukan evaluasi kampanye secara periodik dan melaporkannya kepada klien sebagai sebuah bentuk pertanggungjawaban. Berdasarkan penjelasan dari peran *Account Executive* tersebut, terjadi ketidakcocokan antara pekerjaan melakukan survei yang dilakukan saat kerja magang dengan teori yang didapatkan. Seorang *Account Executive* seharusnya tidak perlu melakukan survei kepada para pelanggan untuk kepentingan dari klien sehingga pekerjaan



yang dilakukan sedikit berbeda dengan seharusnya. Di lain sisi, Dengan melakukan survei dan membuat hasil data survei tersebut, praktik kerja magang telah berhasil mengajarkan untuk mengerjakan laporan sesuai dengan keinginan klien dan mengoperasikan *excel* dengan lebih mahir.

### **3.3.2 Copywriting**

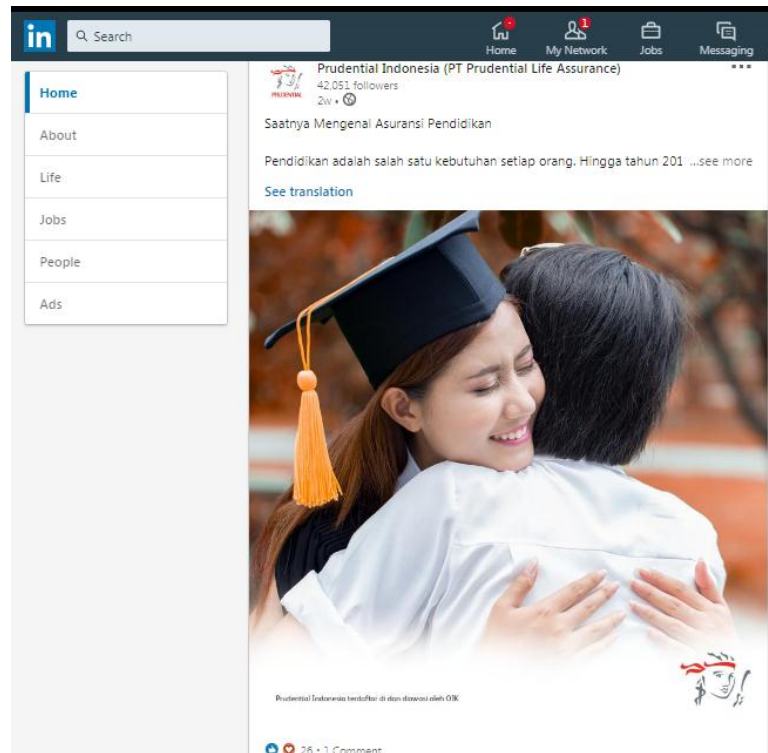
Tidak hanya menjalankan tugas sebagai seorang *Account Executive*, dalam praktik kerja magang yang dilaksanakan juga membantu pekerjaan yang dilakukan oleh *Copywriter*. *Copywriter* adalah orang yang bekerja untuk menyediakan tulisan atau *copy* untuk melengkapi sebuah citra dalam iklan. (Bowdery, 2008, p.7). *Copy* dalam dunia periklanan adalah jenis tulisan kreatif yang ada dalam sebuah desain iklan (Shaw, 2012, p.11).

Dalam hal ini kegiatan *copywriting* yang dilakukan selama kerja magang adalah membantu mengecek ulang setiap *copy* yang ada di konten media sosial ataupun *website* klien agar tidak terjadi kesalahan penulisan kata. Pengecekan ulang *copy* dalam sebuah konten promosi iklan harus dilakukan berulang kali mulai dari pemilihan kata dan penggunaan tanda baca harus sesuai dengan karakteristik dari sebuah *brand* tanpa mengindahkan ketentuan berbahasa yang baik. Seringkali *copy* dalam konten promosi iklan juga tidak terbatas hanya dalam bahasa Indonesia melainkan dapat dalam bahasa Inggris sehingga seorang *copywriter* harus mempunyai kemampuan berbahasa yang luas agar dapat menentukan *copy* yang tepat. Hal ini penting untuk dilakukan untuk memastikan pesan dipahami dengan baik oleh target audiens dan tidak terjadi kesalahpahaman tujuan konten promosi iklan. *Copwriter* juga bertugas untuk menyediakan *copy* yang merupakan elemen penting dalam sebuah proses kreatif. Tidak akan ada sebuah iklan yang efektif tanpa kemampuan *copywriter* yang pandai dalam menyusun kata dan kemampuan mengolah sebuah ide awal (Bowdery, 2008, p.7).

Selain itu, kegiatan *copywriting* yang dilakukan juga turut serta membantu membuat artikel produk untuk kepentingan LinkedIn Prudential. Dalam melakukan kerja magang, telah dibuat 2 artikel yang

berjudul “Mengenal Asuransi Perlindungan untuk Buah Hati” dan “Saatnya Mengenal Asuransi Pendidikan”. Kedua artikel tersebut telah diunggah di LinkedIn Prudential pada awal November 2019.

Gambar 3.3 Artikel di LinkedIn Prudential



Sumber: LinkedIn Prudential

Kedua artikel tersebut dikerjakan saat praktik kerja magang dengan sumber utama *website* Prudential yaitu Prudential.co.id. Artikel yang telah ditulis kemudian dikirimkan dan diperiksa kembali oleh Maria Qibtiyah selaku Copywriter G1. Setelah itu, terdapat beberapa koreksi minor sebelum diserahkan kepada pihak Prudential. Saat artikel tersebut telah disetujui oleh pihak Prudential, *Graphic Designer* dari tim akan membuat cover yang sesuai dengan artikel tersebut. Tahap terakhir adalah meminta persetujuan kembali kepada klien mengenai gambar dan konten artikel yang telah dibuat sebelum akhirnya *Social Media Officer* dapat mengunggah artikel tersebut ke LinkedIn Prudential.

Tujuan dalam *copywriting* adalah membuat sebuah pesan yang jelas dan mudah dipahami oleh target audiens sehingga dapat mendorong

mereka untuk melakukan sesuatu terhadap *brand*. Menulis sebuah *copy* juga harus berpegang pada suatu *brief* tanpa menghalangi kreatifitas dari seorang *copywriter* (Shaw, 2012, p.12). Salah satu hal yang paling penting dalam membuat sebuah *copy* adalah menguasai tata bahasa. Bahasa merupakan elemen penting dalam sebuah *copy* sehingga seorang *copywriter* harus dapat meningkatkan keterampilannya dalam berbahasa dengan membaca banyak hal secara luas. Hal ini yang dilakukan saat proses kerja magang, dimana dalam mengecek sebuah *copy* yang ada di konten promo iklan harus dibaca berulang kali dan sebelumnya harus membaca banyak hal agar kosakata yang digunakan tepat adanya.

Bentuk *copywriting* sendiri tidak terbatas dalam satu format, banyak bentuk *copy* dalam *advertising* yang dapat ditemukan di mana saja dan kapan saja. Saat membuat *copy*, seseorang harus memahami produknya terlebih dahulu, mengetahui target audiens, memahami bahasa yang digunakan, dan memahami segala peraturan yang mungkin ada (Bowdery, 2008, p.8).

Saat melakukan penulisan artikel, tulisan yang dihasilkan saat kerja magang dapat dilihat tidak begitu pas untuk disebut sebagai artikel. Bentuk tulisan yang dibuat berisi informasi umum mengenai angka kematian pada bayi dan fakta pendidikan di Indonesia. Setelah menjelaskan informasi secara umum, isi tulisan langsung membahas mengenai penjelasan produk Prudential yang berkaitan dengan tema sebelumnya. Jenis tulisan *soft-selling* yang dibuat saat kerja magang akan lebih pantas jika disebut sebagai *advertorial*.

*Advertorial* sendiri adalah jenis tulisan *Public Relations* yang merupakan gabungan dari kata *advertising* dan *editorial*. *Advertorial* merupakan bentuk iklan berbayar yang didesain menyerupai *editorial*. Di lain sisi, akan selalu ada sebuah indikasi tertentu untuk membedakan *advertorial* dengan sebuah *editorial* biasa yang ditulis oleh para jurnalis. *Copywriter* yang menjadi penulis *advertorial* masih harus ditanyakan kredibilitasnya dibandingkan para jurnalis (Tench, 2014, p.383).

Perbedaan mendasar yang dapat dilihat saat menulis *copy* untuk *newsletter*, konten majalah, atau artikel dari bentuk lain *copywriting* adalah keharusan *copywriter* untuk mencari sendiri sumber materi yang dibutuhkan. Kebanyakan bentuk *copywriting* yang dibutuhkan sudah mendapatkan sumber dari *brief* yang diberikan klien sehingga menulis artikel atau konten sebuah majalah menjadi sebuah tantangan tersendiri (Shaw, 2012, p.148). Hal ini juga yang menjadi pedoman saat membuat *advertorial* dalam pelaksanaan kerja magang yaitu pencarian sumber yang dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan.

### 3.3.3 Social Media Management

Praktik kerja magang yang dilakukan juga mempelajari mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh seorang *Social Media Officer*. Dalam hal ini, kerja magang yang dilakukan adalah membuat bukti tayang hasil unggahan di media sosial Instagram, Facebook, dan Twitter Royal Canin. Bukti tayang merupakan laporan yang dibuat setiap bulannya oleh *Social Media Officer* untuk diserahkan kepada divisi keuangan internal agensi periklanan agar permintaan pembayaran bulan selanjutnya dapat segera diproses. Pembuatan bukti tayang dilakukan dengan cara melakukan screenshot dari setiap konten promosi yang telah naik di media sosial klien. Setelah itu, link dari setiap konten juga harus dilampirkan dalam pembuatan bukti tayang tersebut agar orang yang mempunyai kewajiban untuk mengecek dapat melihat sendiri bukti dari setiap konten post.

Praktik kerja magang yang dilakukan juga termasuk *social media monitoring*, *monitoring* dimaksudkan agar semua postingan yang telah direncanakan antara klien dengan perusahaan periklanan dapat berjalan lancar sesuai *timeline*. *Social media monitoring* sendiri tidak terbatas dengan melakukan pengawasan media sosial klien namun juga berarti melakukan observasi secara spesifik mengenai *trend*, isu, dan topik yang sedang banyak diperbincangkan oleh orang di sosial media (Friedrichsen, 2013, p. 676). Dalam hal ini, terjadi sebuah perbedaan arti antara *social media monitoring* berdasarkan teori yang ada di buku dengan apa yang

dijalankan saat melakukan praktik kerja magang. Saat pelaksanaan kerja magang, bentuk *monitoring* yang dilakukan hanya sebatas mengawasi *postingan* tepat dan diunggah sesuai jadwal yang ditetapkan, sedangkan dalam teori *social media monitoring* juga termasuk observasi mengenai trend yang ada di internet.

Pelaksanaan kerja magang saat membantu *Social Media Officer* juga termasuk mencari daftar artis yang peduli kepada kesejahteraan hewan terlantar dan mengadopsi anjing atau kucing jalanan. Daftar artis yang telah ditemukan lalu diberikan kepada pihak Royal Canin untuk diberikan persetujuan sebelum akhirnya *Social Media Officer* menghubungi para artis. Daftar artis yang terpilih akan mendapatkan bingkisan dari Royal Canin sebagai tanda terima kasih karena para artis tersebut telah peduli pada kesejahteraan hewan. Dalam hal ini, artis yang terpilih dapat disebut juga sebagai *influencer*. Saat *influencer* dan artis menerima sesuatu, mengucapkan rasa terima kasih dengan memberikan apresiasi terhadap tim dan *brand* maka akan memberikan keuntungan baik bagi artis tersebut maupun *brand* (Friedrichsen, 2013, p.452).

Selain itu, kerja magang yang dilakukan juga meliputi pemilihan pemenang mini kuis yang dilakukan di media sosial Facebook dan Instagram Prudential setiap dua minggu sekali. Pemenang dari setiap kuis yang diadakan mempunyai kriteria bukan seorang pencari kuis yang ada di media sosial agar orang yang jarang mengikuti kuis atau bahkan tidak pernah mengikuti kuis dapat memenangkan hadiah kuis tersebut. Pemenang yang terpilih lalu diajukan kepada klien untuk diberi persetujuan sebelum akhirnya *Social Media Officer* menghubungi para pemenang terpilih untuk meminta biodata lengkap mereka. Biodata lengkap dari para pemenang tersebut kemudian akan diberikan kepada pihak Prudential agar hadiah untuk para pemenang dapat segera dikirimkan.

### 3.3.4 Kendala Selama Praktik Kerja Magang

Memulai sebuah praktik kerja magang di lingkungan yang baru dengan orang-orang yang baru tentu menjadi sebuah tantangan tersendiri. Dalam melakukan kerja praktik magang pasti tidak bisa terlepas dari kendala yang ada. Kendala pertama yang ditemukan saat melakukan kerja praktik magang ada saat pembuatan *creative brief* untuk tim internal agensi periklanan. *Brief* dari klien yang masih kurang lengkap, tidak dianalisis lebih mendalam sehingga informasi yang diberikan kepada tim kreatif menjadi kurang. Melakukan kerja magang juga tidak terlepas dari kendala adanya missskomunikasi antara *Account Executive* dengan tim kreatif karena hasil dari tim kreatif yang tidak sesuai dengan maksud *Account Executive*. Selain itu, kendala yang ditemukan saat pelaksanaan pemilihan daftar artis yang harus dikerjakan mengalami kesusahan karena target artis yang dibutuhkan terlalu khusus dan jarang ditemukan.

Terdapat pula perbedaan yang cukup signifikan antara teori yang dipelajari di kelas dengan apa yang dikerjakan saat menjalankan praktik magang. Salah satu perbedaan yang jelas ialah tugas untuk melakukan survei pelanggan dengan melakukan telepon yang tidak termasuk dalam rincian pekerjaan seorang *Account Executive* dalam sebuah perusahaan periklanan. Selain itu, tugas untuk membuat artikel saat membantu pekerjaan *Copywriter* tim juga lebih tepat jika disebut sebagai sebuah *advertorial* dibandingkan artikel.

Solusi yang ditemukan dan dijalankan untuk mengatasi kendala yang ada ialah mengecek berulang kali kepada klien mengenai *brief* yang diberikan sebelum memberikan *brief* tersebut kepada tim kreatif internal perusahaan periklanan. Dalam mengatasi kendala pelaksanaan pencarian daftar artis, solusi yang dilakukan adalah memberikan saran kepada klien untuk membuat target artis yang lebih umum sehingga lebih mudah untuk dijangkau.