



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

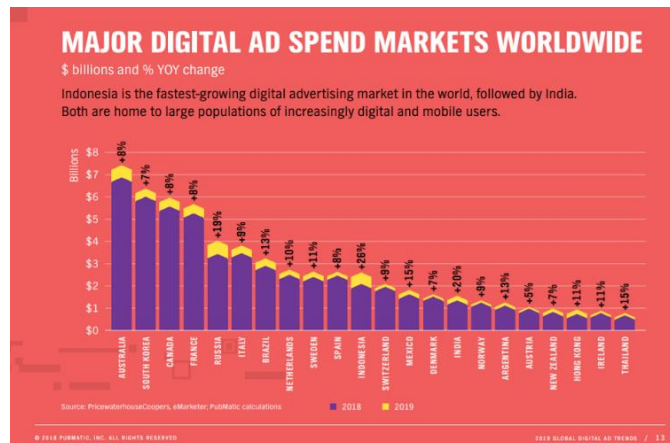
### 1.1 Latar Belakang

Periklanan tidak dapat lepas dari tujuan pemasaran. Hal ini yang membuat perusahaan bersaing memasarkan sebuah *brand*. Salah satu alat pemasaran yang paling dikenal dan paling banyak digunakan adalah iklan. Hampir setiap kegiatan manusia dikelilingi oleh iklan. Sejalan dengan perkembangan zaman dan ilmu pengetahuan yang semakin maju, maka mahasiswa dituntut untuk bekerja mandiri dan mempunyai suatu keahlian atau keterampilan agar mampu bersaing dalam dunia kerja melalui praktik kerja magang di agensi periklanan digital.

Laporan ini berisi tentang praktik kerja magang di PT Vidha Inti Prajapti (Narrada Communications) sebagai Account Executive. Narrada Communications merupakan agensi periklanan digital pertama yang ada di Indonesia. Alasan dipilihnya agensi periklanan digital sebagai tempat magang dikarenakan saat ini banyak perusahaan yang menggunakan jasa agensi periklanan untuk membantu dalam perencanaan, persiapan dan pelaksanaan program periklanan. Banyaknya perusahaan yang menggunakan jasa agensi, memunculkan ketertarikan untuk dapat mengenal berbagai *brand*. Selain itu juga laporan ini juga bertujuan untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman langsung mengenai pemasaran sebuah *brand* serta bagaimana bekerja dalam tim untuk membuat suatu kampanye digital. Oleh karena itu, pemilihan tempat magang di Narrada Communications dalam laporan ini merupakan tempat yang tepat untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman langsung mengenai proses kerja di agensi periklanan digital.

Faktor pendukung lainnya dalam memilih agensi periklanan digital dapat dilihat berdasarkan riset yang dilakukan oleh PubMatic dalam *Global Digital Ad Spend Trends* pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa Indonesia adalah pasar periklanan digital yang tumbuh paling cepat di dunia sebesar 26%. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki populasi terbesar pengguna yang saat ini semakin digital dan *mobile*.

Gambar 1.1 Belanja Iklan Digital di Seluruh Dunia



(Sumber: <https://pubmatic.com/reports/2019-global-digital-ad-trends/>)

Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *digital advertising* di Indonesia memiliki ketertarikan yang tinggi pada kalangan pengiklan yang digunakan sebagai sarana dalam menginformasikan produk atau jasa melalui media digital. Semakin banyak pengiklan yang memasarkan sebuah produk atau jasa, maka semakin diperlukan keunikan dari sebuah pesan tersebut sehingga dapat menjadi pembeda antara satu dengan lainnya. Keberhasilan sebuah iklan bukan hanya sekedar dikenal melainkan bagaimana sebuah pesan dalam iklan tersebut dapat tersampaikan ke target konsumen dari sebuah produk atau jasa tersebut. Oleh karena itu, untuk dapat memasarkan sebuah produk atau jasa diperlukan sebuah ide menarik yang inovatif untuk dapat menarik perhatian dan menyampaikan sebuah pesan ke target konsumen melalui penggunaan jasa agensi periklanan. Salah satu agensi periklanan digital di Indonesia yang telah meraih banyak penghargaan dan memiliki klien *brand* ternama adalah Communications.

Praktik kerja magang dilaksanakan di Narrada Communications khususnya pada Grup 9 (G9) sebagai Account Executive Intern yang berperan sebagai penghubung antara klien dengan agensi iklan. Di G9 terdapat dua klien dengan kategori bisnis yang berbeda diantaranya adalah Bank OCBC NISP sebagai klien yang menjalankan bisnisnya di bidang perbankan dan Zurich Indonesia yang merupakan klien yang menjalankan bisnis di bidang asuransi. Namun karena masih berada dalam proses magang maka laporan ini memiliki keterbatasan yaitu tidak dapat berkomunikasi langsung dengan klien sehingga hanya terlibat

dalam setiap kegiatan yang berhubungan dengan pekerjaan sebagai Account Executive. Dalam praktik kerja magang ini, peran sebagai Account Executive Intern adalah membantu aktivitas agensi dalam merencanakan, menciptakan ide kreatif dan memproduksi iklan.

Alasan memilih melakukan kerja magang sebagai Account Executive adalah ingin memiliki pengetahuan dan pengalaman pemasaran secara mendalam, serta ingin memahami proses periklanan. Hal ini berkaitan dengan latar belakang Pendidikan yang berasal dari fakultas Ilmu Komunikasi dan mendalami tentang *marketing communications*. Oleh karena itu, posisi sebagai Account Executive merupakan posisi yang tepat untuk dapat mengetahui bagaimana komunikasi pemasaran dibuat dan bagaimana penerapan strategi pemasaran secara digital di agensi. Peran seorang Account Executive secara garis besar adalah menjadi penghubung antara klien dengan agensi, untuk menjalankan peran tersebut seorang Account Executive harus memiliki kemampuan dalam menjaga hubungan yang baik dengan klien. Hubungan yang baik tersebut dibentuk melalui komunikasi yang baik, memberikan layanan strategi pemasaran yang sesuai dengan keinginan klien, memberikan layanan kreativitas yang memuaskan, memberikan layanan media *planning* atau *buying* yg baik dan memberikan layanan evaluasi kampanye yang baik.

Menurut Morissan (2010:148) mengatakan bahwa seorang Account Executive bertugas mengoordinasikan kegiatan perusahaan iklan dalam merencanakan, menciptakan ide kreatif dan memproduksi iklan. Berdasarkan kutipan tersebut, laporan ini dibuat dengan tujuan ingin menerapkan dan membandingkan ilmu dan pengetahuan yang selama ini didapatkan di perkuliahan mengenai peran Account Executive dengan praktik langsung di agensi periklanan digital dengan berada di posisi Account Executive Intern.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dilaksanakannya praktik kerja magang adalah:

- a. Mendapatkan pengalaman praktis di PT Vidha Inti Prajapti (Narrada Communications) sebagai Account Executive dalam menangani Brand Bank OCBC NISP dan Zurich Indonesia.

- b. Meningkatkan keterampilan yang terkait dalam bidang Account Executive khususnya dalam menjalin hubungan baik antar tim internal dan klien serta mengoordinasikan kegiatan agensi periklanan digital dalam merencanakan, membuat, dan memproduksi sebuah konten digital.
- c. Mengembangkan kemampuan dalam kreativitas, kedisiplinan waktu, bekerja sama dengan tim, dan mengendalikan tekanan saat banyaknya pekerjaan.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang**

Pelaksanaan kerja magang dilakukan sejak 7 Agustus 2019 hingga 7 November 2019 dengan total jumlah hari kerja 67 hari. Jadwal kerja yang diberlakukan di Narrada Communications yaitu Senin hingga Jumat dengan jam kerja dimulai dari pukul 08:30 hingga 17:30 WIB. Namun hal ini tidak menjadi waktu tetap bagi para karyawan di Narrada Communications karena jam kantor di Narrada dapat menyesuaikan dengan banyaknya jumlah pekerjaan yang memungkinkan untuk berada lebih lama atau lebih cepat di kantor.

Pelaksanaan kerja magang ini diawali dengan mengikuti kompetisi *Digital Marketing Campaign* yang diadakan oleh PRIDE UMN pada April 2019. Kompetisi ini diikuti bersama dengan tim untuk membuat ide dan konsep *digital marketing campaign* untuk memasarkan suatu produk yang telah diberikan oleh Narrada Communications yaitu PermataME dari Permata Bank. Kompetisi ini merupakan bentuk kerjasama yang dilakukan PRIDE UMN dengan Narrada Communications untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara agar dapat melaksanakan praktik kerja magang di Narrada Communications.

Setelah memenangkan kompetisi ini, hal yang pertama kali dilakukan adalah mencari informasi terkait kerja magang yang akan dilaksanakan di Narrada Communications dan menghubungi pihak Narrada Communications untuk membuat janji bertemu dengan *Human Resource Department* (HRD). Pertemuan dengan HRD membahas mengenai prosedur kerja magang yang ditentukan oleh kampus untuk dapat disesuaikan dengan prosedur yang terdapat

di Narrada Communications. Setelah mencapai kesepakatan yang menguntungkan kedua belah pihak, maka langkah selanjutnya adalah mengurus kelengkapan dan keperluan surat-surat magang yang akan diserahkan untuk keperluan pihak Narrada Communications dan keperluan dalam laporan ini.

Proses kerja magang dalam laporan ini berada di tim Account, di bawah pimpinan Astrella Vania Siahaya selaku Account Manager G9 dan dibimbing oleh Khansya Ayu Meiliani dan Anindita Nur Shaliha selaku Account Executive Senior dalam menjalankan praktik kerja magang. Setelah proses kerja magang selesai, pihak Narrada Communications mewajibkan untuk membuat *mini presentation* mengenai hasil magang selama ini dan dipresentasikan kepada HRD dan Account Director. Selain itu, universitas juga mewajibkan mahasiswa untuk melakukan bimbingan magang minimal empat kali untuk dapat menyusun dan membuat laporan kerja magang. Laporan kerja magang ini sebagai bentuk tanggung jawab selama melakukan praktik kerja magang di Narrada Communications sebagai Account Executive Intern dengan memaparkan dan menjelaskan semua tugas dan kegiatan yang dilakukan.