



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

Pada era globalisasi sekarang ini, peranan sebuah media menjadi begitu penting. Globalisasi memberikan peluang bagi munculnya *advertising agency*. Menurut *American Association of Advertising* dalam Lane et. al (2011, p.70) *advertising agency* adalah sebuah bisnis mandiri, terdiri dari orang-orang kreatif dan bisnis, yang mengembangkan, menyiapkan, dan menempatkan iklan di media iklan untuk penjual yang mencari pelanggan untuk barang atau layanan mereka. Dengan demikian, iklan menjadi hal yang begitu penting dan berperan dalam perkembangan dunia bisnis. Produsen memanfaatkan iklan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang mereka miliki, menarik perhatian, serta melekatkan ingatan masyarakat pada sebuah merek. Peran dari sebuah *advertising agency* tergantung dari jenis layanan yang ditawarkan oleh *advertising agency* tersebut, ada yang menyediakan semua layanan dan ada yang hanya menawarkan layanan khusus. Di dalam *advertising agency* juga terdiri dari beberapa departemen dengan fungsi yang berbeda-beda.

Menurut Belch & Belch (2012, p.83), *Account Executive* bertanggung jawab untuk memahami kebutuhan pemasaran dan promosi pengiklan dan menafsirkannya untuk agensi, serta mengoordinasikan upaya agensi dalam merencanakan, membuat, dan memproduksi iklan. Dapat dikatakan bahwa AE merupakan suatu ujung tombak dalam sebuah *advertising agency*. Hal ini dikarenakan bahwa informasi awal dari proses terbentuknya kerjasama antara perusahaan dengan klien dan terwujudnya iklan dimulai dari seorang AE. Seorang AE juga harus dapat mengetahui segala sesuatu mengenai produk dan perusahaan klien. Seorang AE juga berfungsi sebagai penghubung antara agensi dengan klien atau pengiklan, membina hubungan baik dengan klien dan memahami kebutuhan klien yang terkait dengan proses dan produksi kreatif. Seorang AE diharapkan mampu menciptakan

hubungan yang harmonis dalam menjalankan setiap pekerjaan sehingga menghasilkan sebuah karya yang bisa memenuhi kebutuhan semua pihak yaitu biro iklan dan klien. AE juga harus mampu mendistribusikan apa yang dibutuhkan oleh klien kepada agensi seperti mengkomunikasikan *client brief* kepada agensi yang kemudian akan diolah menjadi *creative brief* dan diberikan kepada Divisi *Creative*. Tanggung jawab seorang AE juga termasuk untuk selalu berkoordinasi kepada klien sesuai dengan *timeline* yang telah dirancang.

Mata Angin merupakan salah satu contoh sebuah *advertising agency*. Mata Angin berdiri pada tahun 2013, dan merupakan anak perusahaan dari Pantarei Communications. Mata Angin termasuk dalam *creative boutique agency*, di mana menyediakan serangkaian layanan khusus untuk kliennya. Menurut Belch & Belch (2012, p.88), *creative boutiques* merupakan biro iklan kecil yang hanya menyediakan layanan kreatif dan telah lama menjadi bagian penting dari industri periklanan. Layanan yang ditawarkan oleh Mata Angin yaitu *Brand Development* dan *Brand Communication*, yang terdiri dari *Communication Strategy*, *Creative Ideas & Executions*, *Brand Identity*, *Brand Strategy*, *Packaging Design*, *Collateral Design*, *Digital Communication*, dan *Digital Content Production & Development*.

Meskipun Mata Angin hanya memiliki 16 karyawan, tetapi hal tersebut bukanlah menjadi kekurangan. Keahlian dan kapabilitas yang dimiliki oleh setiap karyawannya sangat maksimal karena mereka mampu bekerja secara fleksibel, di mana peran dalam setiap departemen tumpang tindih serta lintas disiplin pada saat mengerjakan proyek. Ini memberikan hasil kreativitas yang lebih besar karena ide yang dihasilkan tumbuh dari sebagian besar tim. Selain itu waktu yang diperlukan oleh tim dalam melewati berbagai proses kreatif menjadi lebih singkat dikarenakan tidak adanya lusinan orang yang terlibat di setiap prosesnya. Pertumbuhan perusahaan periklanan lokal yang kian kompetitif, memotivasi Mata Angin untuk tetap bertahan dalam persaingan tersebut. Mata Angin berusaha untuk selalu tangkas dalam menghadapi perkembangan tren yang terus melaju dengan cepat.

Mata Angin menjadi tempat pilihan untuk melakukan praktik kerja magang karena dirasa bahwa agensi kecil atau disebut juga sebagai *creative boutique agency* seperti Mata Angin, akan menjadi lebih gesit, lebih mudah beradaptasi, tidak takut

untuk bereksperimen, dan juga lebih cenderung bergerak cepat pada spesialisasi yang dimiliki, seperti bentuk iklan tertentu, pemasaran, dan karya kreatif. Mata Angin memiliki visi memetakan dengan cara yang bagus untuk setiap merek melalui strategi dan ketangkasan yang relevan dalam layanan dan eksekusi kreatif. Menjadi seorang *Account Executive* di Mata Angin selama masa magang dirasa sangat tertantang dalam menangani berbagai macam klien dan proyeknya. Seperti yang telah disebutkan di atas, bahwa sebuah *creative boutique agency* memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi di mana setiap divisi dapat melakukan lintas kerja, semasa magang, tidak hanya menjalankan *job desc* AE yaitu *account servicing*, tetapi juga ditantang untuk merancang ide dan strategi kreatif dan seringkali dimintai pendapat terkait eksekusi kreatif.

Melakukan praktik kerja magang di Mata Angin, banyak pelajaran yang didapatkan untuk menjadi bekal untuk karir di masa mendatang. Ini dikarenakan oleh seluruh tim dan staff di Mata Angin cenderung bekerja bersama secara lebih efektif, berbagi keterampilan dan gagasan berasal dari seluruh tim. Dan juga staf yang lebih berpengalaman tidak segannya memberikan panduan dan bimbingan dan juga membantu mengembangkan gagasan dari staf junior. Alur kerja yang dimiliki oleh Mata Angin mempermudah dalam beradaptasi dengan budaya di dunia periklanan dan membuat untuk berani beride dan berpendapat terkait dengan proyek yang sedang berlangsung.

Alasan Mata Angin dipilih sebagai tempat melakukan praktik kerja magang karena dirasa bahwa Mata Angin merupakan tempat yang sesuai dengan *passion* dan minat yaitu ikut serta dalam perencanaan dan perancangan proses kreatif. Agensi lokal kecil juga dirasa sebagai titik mula yang tepat dalam mengawali karir di industri periklanan karena sesuatu yang hebat dan besar akan dihasilkan dari serangkaian hal kecil yang matang dan juga dengan bermula dari hal-hal kecil, sehingga tidak akan timbul rasa cemas tentang hal-hal yang lebih besar. Karena Mata Angin merupakan agensi lokal kecil dengan tim dan departemen yang terbatas jumlahnya, ini menjadi sebuah tantangan untuk siap melakukan berbagai jenis tugas yang diberikan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik kerja magang ini, adapun beberapa tujuan yaitu untuk:

1. Meningkatkan pengetahuan tentang praktik dan alur kerja *Account Executive* (AE) dalam *advertising agency* di Mata Angin Creative Agency.
2. Meningkatkan ketrampilan sebagai *Account Executive*, yaitu *skill* dalam bidang *account servicing*, seperti berkomunikasi dan *negotiating* dengan hasil *win-win solution*, menambah pengetahuan bagaimana cara *presenting* dengan baik dan benar, serta mengasah kemampuan berpikir kreatif.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dimulai pada tanggal 6 Agustus 2019 - 29 November 2019, dengan total jumlah hari kerja selama 67 hari. Kerja magang dilakukan setiap hari Senin sampai Jumat, dengan waktu kerja dimulai pukul 10.00 WIB sampai pukul 20.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk memenuhi akademis dan syarat kelulusan bagi seluruh mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara, wajib sifatnya untuk melaksanakan kerja magang yang dapat dimulai pada bulan Agustus 2019 dengan jangka waktu 60 hari dalam 3 bulan. Pada bulan Juli 2019, pencarian dan pengajuan permohonan kerja magang ke beberapa perusahaan dimulai, salah satu kandidat perusahaan yang dipilih adalah Mata Angin Creative Agency, sebagai divisi Account. Kemudian proses selanjutnya yaitu mengirimkan *Curriculum Vitae* ke email HRD Mata Angin pada 10 Juli 2019. Sehari setelah pengajuan, proses berikutnya yaitu melakukan *walk in interview* di kantor Mata Angin yang bertempat di Jl. Kertanegara No.37, Jakarta Selatan dengan Albenna Reevo, selaku *Account Manager*. Setelah

tahap *interview*, kemudian dinyatakan diterima dan diberi kesempatan untuk melakukan kerja magang di Mata Angin pada divisi *Account*.

Setelah dinyatakan resmi untuk melakukan kerja magang, tahap selanjutnya yaitu pengajuan lembar KM 1 dilanjutkan dengan terbitnya KM 2 yang kemudian diberikan kepada HRD Mata Angin (Pantarei Group). Selama praktik kerja magang, diwajibkan mengisi KM 3 sampai KM 7 yang dijadikan dokumen dan arsip yang nantinya akan dilampirkan dalam laporan magang. Pada tanggal 6 Agustus 2019, merupakan hari pertama pelaksanaan kerja magang di Mata Angin dan langsung bertemu dengan Albenna Reevo selaku *Account Manager* serta supervisi magang. Setelah itu langsung dikenalkan kepada seluruh divisi yang ada di Mata Angin. Selama proses kerja magang berlangsung, diwajibkan bagi seorang karyawan magang untuk memiliki *interpersonal skill* yang baik, kesopanan, bertanggung jawab, inisiatif yang tinggi, menjadi *playmaker* dan *problem solver*, berpikir kreatif, serta mampu melakukan koordinasi yang baik dengan rekan kerja.

Selama 67 hari kerja banyak pengalaman kerja mengesankan yang didapatkan yaitu berkesempatan untuk membantu menangani beberapa klien seperti BCA, Adira Finance, Umma, Grand Indonesia, serta *pitching* brand Indosat. Tugas yang dilakukan yaitu melakukan *research*, *review*, *presenting*, *briefing*, *pitching*, *weekly meeting* serta tugas lainnya yang membantu kelancaran kerja di divisi *Account*.