



### **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

Dalam industri periklanan, ada beberapa ragam bentuk iklan, salah satunya yang sedang marak digunakan oleh berbagai perusahaan maupun instansi di Indonesia adalah *campaign video*. Menurut Belch (2017), *advertising campaign video* merupakan iklan yang mencerminkan sebuah slogan yang berisi tema tertentu. Contoh dari *advertising campaign* yang terkenal di Indonesia adalah iklan Tokopedia dengan *campaign slogan* #MulaiAjaDulu, Make Over Cosmetics dengan *campaign slogan* #PreparedForPerfection, dan JD.ID dengan *campaign slogan* #DijaminOri. *Advertising campaign* di Indonesia kerap ditampilkan dalam media sosial, terutama Youtube dan Instagram. Dengan pembahasan tersebut, dapat dipahami bahwa video iklan secara umum diproduksi secara kreatif untuk menyampaikan pesan tertentu yang sesuai dengan *brand*.

*Account executive*, atau singkatnya AE, adalah sebuah posisi dalam *advertising agency* yang diharapkan mampu menyeimbangkan dan menghubungkan kebutuhan bisnis dengan cara penyampaian yang kreatif. Seorang AE yang ideal akan mempertimbangkan sifat dari *brand* dan kondisi target market, kemudian berdiskusi dengan *creative director* untuk merancang ide kreatif yang relevan sesuai kebutuhan dari perusahaan. Setelah diskusi tersebut, seorang AE akan mempresentasikan gagasan ide yang sudah dirancang kepada pihak klien dalam proses *pitching*. Oleh karena itu, seorang AE yang ideal harus dapat

mengkomunikasikan ide dengan baik dan persuasif agar ide *pitching* tersebut dapat diterima.

Dalam pembahasan penulisan ini, penulis dan tim telah membuat video iklan untuk restoran Portable Kitchen & Bar Serpong. Restoran ini merupakan salah satu cabang dari Portable Kitchen yang memiliki lima *outlet* di seluruh Indonesia, terletak di Jakarta, Serpong, Makassar dan Samarinda. Portable Kitchen & Bar Serpong pada awalnya berdiri di tahun 2017 sebagai restoran yang *family-friendly*, menyajikan makanan dengan gaya *shabu-shabu* Jepang. Namun, sejak tahun 2019 Portable Kitchen & Bar Serpong mengganti penawaran *shabu-shabu* dengan konsep *casual bar*. Saat ini, Portable Kitchen & Bar berfokus kepada target konsumen berumur 24-35 tahun, dengan menawarkan *entertainment* seperti *karaoke night* dan *live music*, serta *event organizing* untuk pesta ulang tahun, *office meeting*, dan lainnya. Dengan berbagai *promo* yang terjangkau untuk kalangan SES AB, Portable Kitchen & Bar memiliki misi untuk selalu menyediakan hiburan yang dapat diandalkan dan terjangkau.

Sebagai seorang AE yang berperan dalam pembuatan video iklan Portable Kitchen & Bar Serpong, penulis telah melalui proses *pitching* kepada pihak klien. Dalam melakukan *pitching*, ada berbagai langkah dan metode yang umumnya dilakukan untuk mencapai kesepakatan dan kerja sama yang optimal. Oleh karena itu, dalam Skripsi ini penulis akan menjelaskan secara rinci mengenai peran AE dalam *pitching* untuk video iklan Portable Kitchen & Bar.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Bagaimana peran *account executive* dalam *pitching* untuk video iklan Portable Kitchen & Bar?

## **1.3. Batasan Masalah**

Batasan penulis dalam Skripsi ini adalah peran *account executive* dalam merancang struktur *pitching* dan melakukan *pitching*. Perancangan struktur *pitching* tersebut dilakukan berdasarkan SWOT dan STP dari Portable Kitchen & Bar Serpong, berdasarkan *client brief* dan catatan *minutes of meeting*. Pembahasan *pitching* yang dimaksud adalah *pitching* yang dilakukan dalam tahapan pra-produksi.

## **1.4. Tujuan Skripsi**

Melakukan analisis perancangan struktur dan pelaksanaan *pitching* yang dialami penulis sebagai *account executive* dalam tahap pra-produksi, untuk video iklan Portable Kitchen & Bar Serpong.

## **1.5. Manfaat Skripsi**

1. Manfaat untuk penulis, sebagai pembelajaran dan evaluasi untuk lebih memahami peran *account executive* dalam *pitching* untuk pihak klien.
2. Manfaat untuk pembaca, sebagai referensi untuk menjalani peran sebagai *account executive* dalam *pitching* untuk klien dalam proyek mendatang.
3. Untuk universitas, sebagai rujukan akademis dalam perancangan sejenis.