



### **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 V**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pengalaman yang didapat penulis dan tim dalam proses produksi video iklan Portable Kitchen & Bar, penulis menarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

Sebagai seorang *account executive*, penulis berkewajiban untuk menjadi penghubung antara klien dan *advertising agency*. Dalam memenuhi kewajiban tersebut, dibutuhkan kemampuan berkomunikasi dan presentasi yang baik, sehingga terjadi kesepakatan yang saling menguntungkan. Kemampuan tersebut dapat dikembangkan dengan melakukan *pitching* ide kepada klien. Sehingga, penulis harus benar-benar memahami klien dan perusahaan yang dituju. Selama proses produksi iklan Portable Kitchen & Bar, penulis mendapati bahwa ada tiga hal utama yang harus diperhatikan dalam mempersiapkan dan melakukan *pitching*, yaitu tipe klien, kebutuhan & keinginan klien, serta penawaran yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri.

Dalam memahami tipe klien Portable Kitchen & Bar, penulis menyimpulkan bahwa klien yang dihadapi adalah tipe yang menyetujui segala ide yang diberikan. Setelah melakukan penulisan Skripsi, penulis memahami bahwa klien yang dihadapi adalah gabungan dari kedua tipe *yessiree* dan *the busybodies*, berdasarkan kutipan dari DiZazzo (2003). Selain dari itu, penulis juga telah mencatat *minutes of meeting* dan *client brief* yang sangat membantu untuk mengerti

kebutuhan & keinginan klien, serta penawaran dari perusahaan. Dengan pemahaman dari tiga hal tersebut, penulis dan tim dapat menyusun *pitching* kepada klien secara maksimal.

Ketika melakukan *pitching*, penulis memperhatikan struktur *pitching deck* dan pembawaan presentasi. Struktur *pitching deck* dilakukan oleh penulis melalui analisis STP dan SWOT, yang akan memperjelas pemahaman mengenai strategi apa yang dibutuhkan untuk perusahaan dan klien yang dituju. Kemudian, penulis membawakan *pitching* secara singkat dan padat, sehingga klien akan mudah memahaminya. Dengan melakukan penulisan Skripsi ini, penulis telah memahami lebih dalam mengenai *pitching* yang lebih ideal, serta bagaimana cara untuk memperbaikinya di kemudian hari.

#### **4.2. Saran**

Dalam penulisan Skripsi dengan rumusan masalah “*Bagaimana peran account executive dalam pitching untuk video iklan Portable Kitchen & Bar?*” dengan analisis STP dan SWOT yang diterapkan dalam proses pra-produksi, penulis memberikan saran kepada pembaca, penulis dan universitas.

Kepada pembaca, sebagai seorang *account executive* bertanggung jawab tidak hanya sebagai perantara klien dan *advertising agency*, namun juga harus dapat menyampaikan ide melalui *pitching* yang tepat sasaran dan menguntungkan kedua belah pihak. Oleh karena itu, melakukan *pitching* dengan ideal sangat penting dalam mencapai kesepakatan bersama tersebut. Kemampuan *pitching* juga penting untuk dimiliki siapa saja, karena kemampuan tersebut mencerminkan pemahaman

diri terhadap pihak yang ingin dituju. Dengan kemampuan *pitching* yang baik, pembaca dapat menerima pandangan yang baik dari orang lain, serta lebih mudah untuk menjalankan kerja samanya dengan pihak yang dituju.

Untuk penulis, selanjutnya diharapkan untuk terus berkembang dan lebih baik lagi dalam melakukan *pitching* kepada klien atau pihak lainnya. Hal ini dibutuhkan untuk menjalani peran sebagai *account executive* yang lebih kompeten dalam membantu alur kerja *advertising agency*. Kemudian, penulis juga memberikan saran untuk universitas, agar terus mengembangkan kemampuan mahasiswa dalam melakukan *pitching*. *Pitching* yang dimaksud dapat berbentuk *pitching* ide kreatif maupun *elevator pitch* untuk kepentingan *personal branding*. Dengan pengembangan tersebut, diharapkan mahasiswa akan lebih baik lagi dalam mempresentasikan dirinya dan mengharumkan nama universitas dan pihak yang diwakilkan oleh mahasiswa.