

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya internet di Era Industri 4.0, dikutip dari kompas.com (Kompas, 2011) pada tahun 2011, sebuah studi yang digagas oleh perusahaan konsultan bernama Burson-Marsteller, menyatakan bahwa sekiranya 80 persen perusahaan yang ada di Asia yang terdaftar dalam The Wall Street Journal's Asia 200 Index telah memiliki akun di media sosial. Perusahaan menggunakan *social media* sebagai salah satu cara untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaannya. Menurut Dominikus (2012, p. 218) *brand awareness* merupakan kemampuan sebuah merk untuk muncul dalam benak konsumen ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan.

Melon Branding Agency merupakan *Digital Agency* yang fokus dalam *branding agency*. Salah satu fokus layanan yang diberikan oleh Melon Branding Agency adalah *Social Media Management* guna meningkatkan *brandawareness* dari perusahaan.

Langkah awal yang dilakukan oleh Melon Branding Agency untuk meningkatkan *brand awareness* dalam perusahaan adalah dengan cara menganalisis media sosial, dan *website* dari sebuah perusahaan.

Dalam melakukan analisa tersebut, Melon Branding Agency menggunakan *brand identity prism* sebagai salah satu metode untuk menganalisa ciri khas yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Di Melon Branding Agency, analisa ini merupakan salah satu tugas dari seorang *Account Executive* (AE). Selama proses praktik kerja magang, penulis diberikan kesempatan untuk bekerja sebagai *Account Executive* dari Melon Branding Agency yang memiliki tugas untuk melakukan langkah awal untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan dari klien Melon Branding Agency.

Tugas lain dari seorang *Account Executive* (AE) adalah melakukan *strategic planner*, dan juga *client management*, yaitu melakukan perencanaan konten dan

*digital campaign* dalam proses untuk meningkatkan *brand awareness* dari perusahaan yang ditangani.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan kerja magang adalah untuk memahami peran *Account Executive* pada sebuah *Digital Agency* dalam meningkatkan *brand awareness* internal dan klien.

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

Program Kerja Magang yang dijalani oleh penulis dimulai dari tanggal 1 September 2020 – 1 Desember 2020 dengan total jumlah hari kerja selama 63 hari kerja. Hari dan jam kerja yang berlaku untuk penulis sama dengan karyawan lainnya yaitu Senin – Jumat dan mulai bekerja pada pukul 10.00 - 18.00 WIB.

Dikarenakan praktek kerja magang dilaksanakan dalam masa pandemi, penulis melakukan *Work From Home (WFH)* mulai dari hari Senin - Kamis, dan *Work From Office (WFO)* pada hari Jumat.

Sebelum memulai program kerja magang, penulis terlebih dahulu mengirimkan *Curriculum Vitae* ke Melon Branding Agency melalui *email*, yang kemudian dilanjutkan dengan proses *interview*. Setelah menunggu beberapa hari, penulis diberikan balasan untuk datang ke kantor Melon Branding Agency untuk diberikan *briefing jobdesc* magang yang dimulai pada tanggal 1 September 2020. Selama proses program kerja magang dilaksanakan, penulis diberikan kesempatan menjadi *Account Executive Intern* di Melon Branding Agency yang berada dibawah bimbingan Priscillia Charista sebagai *Senior Account Executive* dan *Project Manager* di Melon Branding Agency. Sebagai *Account Executive*, penulis diberikan tugas untuk menghubungi calon klien dengan memberikan penawaran *social media analysis* secara gratis kepada UMKM dan juga perusahaan berbasis PT dan CV. Penulis juga ditugaskan untuk membuat strategi *digital campaign* untuk meningkatkan *brand awareness* Melon Branding Agency agar lebih dikenal oleh perusahaan.