

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya di setiap perusahaan perlu untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada target perusahaan tersebut. Banyak dari bentuk komunikasi yang dapat digunakan untuk menyampaikan suatu pesan, salah satu bentuk komunikasi yang efektif dan sering kali digunakan adalah iklan. Menurut (Kotler, & Armstrong, 2010, hal. 426) yang menyatakan bahwa “*Advertising is any paid form of non personal presentation and promotion of ideas, goods, or services by an identified sponsor*”. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan iklan adalah sebuah platform berbayar untuk mempromosikan berbagai ide, produk, atau jasa yang akan ditawarkan, serta disponsori oleh perusahaan itu sendiri.

Namun, suatu iklan tidak hanya memiliki tujuan untuk mempromosikan produk atau jasa perusahaan tersebut, tetapi dalam mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan mengenai produk atau jasa yang dimiliki perusahaan. Sering kali terjadi suatu kesalahan dari perusahaan, dimana pesan yang ingin disampaikan tidak dapat dimengerti oleh masyarakat terutama target market mereka. Maka dari itu, perusahaan membutuhkan *Advertising Consultant* atau biasa disebut dengan *Advertising Agency* yang akan membantu perusahaan untuk mengetahui dari sudut pandang konsumen maupun pelanggan. Menurut (E. Belch, & A Belch 2009, hal. 79) yang menyatakan bahwa *Advertising agency* merupakan sebuah organisasi jasa yang mempunyai spesialisasi dalam membuat perencanaan dan mengeksekusikan program iklan untuk para klien.

Fungsi dari *Advertising Agency* adalah untuk membantu suatu perusahaan untuk mengomunikasikan pesan yang dapat menarik perhatian

serta disesuaikan dengan tujuan yang ingin diperoleh. Di dalam *Advertising Agency* terdapat jenis-jenis agensi yang akan memberikan pelayanan *services* yang berbeda-beda. Salah satu jenisnya yaitu *Event dan Digital Marketing Agency* merupakan agensi yang menawarkan jasa kreatif terhadap aktivitas yang akan dilakukan dari sebuah brand.

Salah satu agensi di Indonesia yang telah melakukan *Event dan Digital Marketing* adalah *DNA Agency*, didirikan pada tahun 2015 dan saat ini hadir di berbagai Negara seperti Melbourne dan Singapura. *DNA Agency* telah menerapkan sebuah visi dan misi, serta menerapkan satu nilai yang kuat untuk memenuhi kebutuhan dan interaksi antar manusia dalam disetiap aktivitasnya. Hal tersebut dilakukan karena dipercaya sebagai langkah awal serta landasan dari terciptanya hubungan yang baik.

DNA Agency menyatukan *channel* yang berbasis *offline* dan *online*, atau bisa juga disebut *O2O (offline to Online)* marketing. *DNA Agency* percaya pada “*It is not about brand perception, but brand experience*”, yang artinya *DNA Agency* ingin berfokus untuk menciptakan suatu pengalaman yang berkesan bagi disetiap target pasarnya, sehingga dari hal tersebut akan menghasilkan persepsi yang baik.

Sistem kerja di *DNA Agency* menekankan pada suatu langkah-langkah dari *ACTION Oriented (Analyze, Create, Integrate, Organize, dan Number)* yang merupakan pedoman dalam bekerja serta memberikan suatu solusi yang terbaik untuk para klien. *DNA Agency* menangani berbagai macam klien dari perusahaan multinasional sampai perusahaan yang lokal dengan berbagai macam pengalaman pada bidang industri, *FMCG*, teknologi, perbankan *e-commerce*, *F&G Company*, otomotif, farmasi sampai dengan industri kecantikan.

Maka dari hal itu, dalam *advertising agency* terdapat sebuah peran dari seorang *Account executive* yang nantinya akan membantu perusahaan untuk merancang konsep, menyusun proposal kegiatan, mempersiapkan

segala kebutuhan perusahaan serta melaksanakan suatu kegiatan, dan mengevaluasi bahan materi iklan. Menurut (Morissan, 2010, hal. 369) yang menjelaskan bahwa seorang *Account Executive* merupakan orang yang akan bertanggung jawab dalam hal membina hubungan yang baik antara sebuah perusahaan iklan dan seorang klien.

Menurut penulis seorang *Account Executive* adalah orang ditunjuk oleh perusahaan dari jasa periklanan yang memiliki peran menjadi penghubung dalam melayani klien, serta memberikan saran dari permasalahan yang dihadapi oleh klien untuk mendapatkan solusi terbaik, karena seorang *Account Executive* harus bertanggung jawab atas segala pekerjaannya salah satunya yaitu menjual jasa kepada klien dan juga menjaga hubungan yang baik terhadap klien.

Account Executive atau bisa disebut sebagai AE ini merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. Tanpa adanya peran dari seorang *Account Executive* suatu *perusahaan Advertising agency*, perusahaan tidak bisa berjalan dengan baik. Hal tersebut dikarenakan, untuk menjadi seorang *Account Executive* pada suatu perusahaan memiliki tugas utama yaitu untuk mencari klien serta membangun hubungan yang baik dengan para klien.

Seorang *Account Executive* perlu pemahaman terhadap *brief* yang diberikan oleh seorang klien, sebelum untuk memberitahukan kepada tim *internal*, *Account Executive* sangat penting dalam menguasai *time management* untuk klien untuk mendapatkan *output* yang diharapkan serta sesuai dengan *timeline* untuk tim internal agar dapat mengerjakan tugas dengan maksimal dan mendapatkan hasil *output* yang baik untuk klien.

Selain itu, seorang *Account Executive* tidak hanya bisa berpenampilan yang menarik, akan tetapi mempunyai suatu wawasan yang luas. Keberhasilan seorang *Account Executive* adalah disaat bisa mengerti keinginan yang klien berikan, mengerti akan proyek yang diserahkan kepada *agency*, sehingga hal tersebut klien dapat mempercayai kesuksesan proyek

yang telah dijalankan oleh agensi dan terjadi sebuah kerja sama dalam jangka yang panjang diantara klien dan *agency*.

Kerja magang di *DNA Agency* merupakan suatu ketertarikan bagi diri sendiri, karena sesuai dengan jurusan yang telah ditempuh yaitu *Marketing Communication*. Hal tersebut menjadikan alasan kuat untuk bisa bergabung dengan *Advertising Agency* salah satunya di *DNA Agency*. Tidak hanya itu saja, ketertarikan lainnya adalah menjadi seorang *Account Executive* yang merupakan divisi penting dari berbagai perusahaan terutama di *DNA Agency*. Peran untuk menjadi *Account Executive* tidak hanya berkomunikasi dengan para kliennya, tetapi belajar dalam memahami berbagai macam karakter klien untuk mendapatkan hasil dan kerja sama yang baik.

Tugas utama saat melakukan kerja magang di *DNA Agency* dengan bergabung dalam divisi *Account Executive* yang melakukan beberapa tugas seperti menjalankan dan bertanggung jawab pada suatu proyek *Brand Activation* dari Samsung dan *Coca Cola*. dalam proyek Samsung tersebut memiliki 2 (dua) aktivitas yang utama yaitu *Event marketing activation* dan *Social media activation*. Tujuan dari kegiatan tersebut untuk mendekatkan atau berkomunikasi dengan target market secara langsung melalui *Brand Activation*.

Pada saat melakukan magang di *DNA Agency* peran menjadi *Account Executive Intern* yaitu menjadi penghubung antara perusahaan dan klien dalam menghasilkan *output* yang baik. Maka dari hal tersebut, suatu perusahaan membutuhkan pakar konsultan iklan seperti *Advertising Agency* yang dapat menyajikan promosi merek serta dapat mengomunikasikan pesan yang sesuai dengan target yang ingin dicapai, dengan dibantu oleh seorang *Account Executive* di dalamnya untuk mencari klien baru dan mempererat hubungan yang baik antara klien dan perusahaan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari kerja magang di *DNA Agency* adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui serta memahami peran dari *Account Executive* di *DNA Agency*,
2. Untuk memperoleh keterampilan dalam menguasai bidang periklanan, dalam *softskill* pada *teamwork*, bernegosiasi, dan membangun relasi yang baik dengan klien dan tim *internal*.

Dengan memenuhi mata kuliah wajib yaitu *Internship*, diharapkan bisa mendapatkan banyak pengalaman yang baru untuk nanti bisa di pergunakan dalam dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan berlangsung selama 60 hari kerja (3 bulan), bisa terhitung sejak 8 Maret 2021 hingga 16 Juni 2021. Hari dan jam kerja yang berlangsung yaitu dari hari Senin sampai dengan hari Jumat yang dimulai pukul 09.00 – 17.00 WIB.

Namun, selama pandemi yang saat ini tengah terjadi, diberlakukan sistem kerja seminggu WFO (*Work From Office*) dan seminggu WFH (*Work From Home*). Pada situasi tersebut jam kerja juga fleksibel bisa lebih siang sampai malam dan bisa juga dari pagi hingga sore.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

1. Menyusun CV dan resume untuk disebarakan kebeberapa perusahaan.
2. Pencarian lowongan kerja magang melalui media social seperti Instagram, situs Glints, Grup *Facebook*, dan email student UMN.

3. Mengontak salah satu agency yaitu *DNA agency* untuk melakukan interview secara online *Zoom*.
4. Mendatangi kantor *DNA Agency* untuk melakukan survei dan melakukan perkenalan diri kepada staff yang berada di kantor.
5. Mendapatkan pembekalan seputar informasi perusahaan dan pekerjaan dari setiap divisi.
6. Mengurus KM 1 hingga KM 2 untuk diberikan kepada perusahaan, dan menyelesaikan KM 3 sampai KM 7.
7. Menyusun laporan magang sejak bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2021.
8. Merevisi laporan magang yang sesuai dengan masukan dari dosen pembimbing.
9. Mengumpulkan laporan magang sebelum tanggal 25 Juni 2021.
10. Melakukan sidang magang yang dilakukan pada tanggal 05 Juli 2021.