

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Account Executive* atau yang biasa disingkat AE, seringkali disamakan dengan profesi sales karena secara garis besar memiliki tugas yang serupa yakni mencari klien serta menjalin hubungan yang baik untuk bisa bekerjasama yang saling menguntungkan. Tugas utama dari seorang *Account Executive* adalah menumbuhkan akun-akun baru, memproyeksi adanya ancaman resiko, serta menjaga pertumbuhan akun dari klien. Seorang *Account Executive* memiliki tanggung jawab untuk membawa bisnis baru dalam kuota tertentu dalam satu tahun. Bisnis baru itulah yang disebut dengan klien perusahaan.

Pada dasarnya, tidak ada program studi atau jurusan khusus yang mengarahkan seseorang untuk menjadi seorang *Account Executive*. Namun, mayoritas kandidat untuk profesi *Account Executive* memiliki latar belakang pendidikan ataupun pengalaman kerja di bidang administrasi, ilmu komunikasi, dan *marketing* atau pemasaran. Profesi *account executive* biasanya dilakukan di industri iklan, public relations, hingga industri jasa keuangan. Agensi Komunikasi atau *Communication Agency* seperti *Marketing* dan *PR* pada umumnya menjadi perusahaan dimana seorang *account executive* bekerja dalam mengelola hubungan bisnis dengan klien.

Umumnya profesi *Account Executive* lebih banyak bekerja di bidang *marketing* dan *advertising* atau periklanan, akan tetapi di *Public Relations Agency* juga menggunakan istilah *Account Executive* untuk salah satu profesi yang ada di dalamnya. Hal ini karena tugas dari *Account Executive* yang ada di bidang *marketing* maupun *advertising* sama dengan tugas *Account Executive* yang ada di *Public Relations Agency* yakni untuk menjalin dan menjaga hubungan yang baik dengan klien, menyusun strategi untuk bisa mendapatkan kepuasan klien dan mempertahankan klien tersebut. Perbedaan dari *Account Executive* yang ada di *marketing* atau *advertising* dengan *Account Executive* yang ada di *Public*

Relations Agency terletak pada tujuan dari strategi yang mereka buat. Jika di marketing dan advertising strategi ditujukan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari produk yang dimiliki oleh klien dan umumnya bersifat komersil. Sementara di Public Relations Agency tujuan dari strategi seperti tujuan dari public relations itu sendiri yaitu untuk mempertahankan persepsi publik yang positif terhadap perusahaan klien, menyampaikan pesan perusahaan, dan tidak bersifat komersil atau menjual.

Alasan penulis berminat untuk bekerja di perusahaan agensi komunikasi khususnya *PR Agency* karena profesi yang ada di dalamnya berkaitan erat dengan program studi yang dijalani penulis yakni Ilmu Komunikasi dan mengambil peminatan *Corporate Communication*. Lingkup pekerjaan di *PR Agency* selalu berhubungan dengan komunikasi baik internal maupun dengan eksternal perusahaan. Selain itu di *PR Agency*, penulis mampu mengaplikasikan pelajaran yang sebelumnya sudah pernah penulis dapat pada masa perkuliahan ke dunia kerja yang lebih professional.

Penulis melaksanakan proses kerja magang di sebuah perusahaan PR Agency bernama FleishmanHillard. Disini penulis berperan sabagai assistant account executive yang memiliki tugas membantu segala pekerjaan account executive sambil mempelajari bagaimana menjadi seorang account executive yang baik. Pada dasarnya, pekerjaan yang dilakukan oleh penulis kurang lebih sama dengan apa yang dilakukan oleh para account executive seperti menyusun laporan, me-monitoring, hingga berkomunikasi dengan klien sebagai pihak eksternal perusahaan. Hanya saja lingkup pekerjaan yang penulis lakukan berada pada skala yang lebih kecil dan porsi pekerjaan yang lebih sedikit.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

*Internship* merupakan mata kuliah wajib yang ada di Universitas Multimedia Nusantara, dimana seluruh mahasiswa/mahasiwi akan melaksanakan program kerja magang di perusahaan, startup, ataupun kantor badan pemerintahan dan nantinya hasil dari laporan kerja magang tersebut akan menjadi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana (S1).

Magang menjadi proses untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan ke dunia kerja yang lebih professional. Ada pula tujuan dari dilaksanakannya kerja magang adalah sebagai berikut:

- a. Menerapkan berbagai macam ilmu yang sebelumnya telah dipelajari pada masa perkuliahan seperti *internal communication*, *external communication*, *employee relation*, *interpersonal communication*, *corporate communication management*, dan *media relation*.
- b. Meningkatkan kemampuan *softskill* seperti berkolaborasi, bekerja dalam sebuah *team*, beradaptasi, dan tentunya berkomunikasi baik dengan internal maupun eksternal.
- c. Memperoleh ilmu baru yang belum sempat didapatkan pada masa perkuliahan.
- d. Mengasah pikiran dan kreativitas saat melakukan brainstorming bersama rekan kerja di tempat magang.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan**

Waktu pelaksanaan program kerja magang yang dilakukan oleh penulis terhitung 3 (tiga) bulan kalender atau 60 (enam puluh) hari kerja. Terhitung sejak 15 Februari 2022 sampai 15 Mei 2022. Penulis diterima sebagai *Assistant Account Executive* dalam divisi *Corporate and Public Affairs*. Pelaksanaan kerja magang dilakukan lima hari *Work from Anywhere* (WFA) dengan waktu 7,5 (tujuh setengah) jam kerja setiap harinya. Ada pula pelaksanaan kerja magang yang dilakukan secara langsung di lapangan atau yang biasa disebut on-ground yang biasanya dilakukan di venue apabila klien sedang mengadakan acara tertentu seperti *exhibition*, seminar, *media gathering*, *press conference*, dan acara lainnya.

### **1.3.2 Prosedur Kerja Magang**

Tahapan prosedur kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

- a. Melakukan pencarian tempat kerja magang melalui media sosial dan website jobseekers sejak Januari 2022.
- b. Mengirimkan CV beserta Resume kepada FleishmanHillard Indonesia pada 6 Februari 2022.
- c. Mengajukan KM-01 melalui e-mail ke Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

- d. Membuat esai sebanyak 2 (dua) halaman sebagai pertimbangan penerimaan dari FleishmanHillard Indonesia pada 9 Februari 2022.
- e. Melakukan interview kerja dengan *Finance Director* dan salah satu *Senior Account Manager* di FleishmanHillard Indonesia pada 11 Februari 2022 yang dilaksanakan secara daring melalui *Microsoft Teams Meeting*.
- f. Menerima persetujuan KM-02 pada 14 Februari 2022.
- g. Memulai kerja magang di FleishmanHillard Indonesia pada 15 Februari 2022.

