

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini dalam industri periklanan sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat dan akan terus berkembang seiring berkembangnya zaman yang akan terus berubah-ubah. Banyak sekali merk-merk ternama maupun yang baru memulai bisnisnya melakukan periklanan untuk memperkenalkan merk bisnis yang mereka miliki. Banyak dari merk bisnis yang ada mengiklankan bisnisnya dengan melakukan kerja sama bersama *advertising agency*.

Advertising agency merupakan entitas bisnis yang terdiri dari individu-individu kreatif dan pengusaha dengan keahlian dan tanggung jawab tertentu dalam merancang strategi pemasaran melalui bentuk iklan. Tanggung jawab mereka melibatkan seluruh proses perencanaan, pembuatan materi kreatif, pemilihan media yang digunakan, dan pelaksanaan periklanan (Sharma, 2020). Banyak sekali pelayanan-pelayanan yang ditawarkan dan dilakukan oleh sebuah agensi. Pelayanan-pelayanan yang ditawarkan oleh agensi seperti *influencer marketing, online advertising, performance marketing, digital billboards, creative production, social media and content marketing, digital marketing, dll.*



Gambar 1. 1 *Essential Digital Headlines In Indonesia 2023*
Sumber : AJ Marketing,2023

Dengan data yang tertera diatas, banyak sekali masyarakat di Indonesia yang menggunakan *smartphone* dan juga pengguna internet. Banyak dari mereka para pengguna internet aktif dalam bersosial media. Dari data diatas juga dapat disimpulkan apabila para merk ternama ataupun baru mulai dan ingin dikenal oleh seluruh masyarakat terutama Indonesia, tahap pertama yang harus dilakukan adalah memasarkan melalui internet atau *social media* marketing yang ada.

Pada *advertising agency* terdapat *Account Executive* didalamnya. *Account Executive* merupakan sebuah divisi yang bertanggung jawab untuk mencari klien dan membangun hubungan baik dengan klien agar bisa bekerjasama dengan saling menguntungkan satu sama lain. Tanggung jawab sebagai *Account Executive* lainnya adalah menjaga pertumbuhan akun media sosial yang dimiliki klien, membangun strategi baru untuk mengembangkan bisnis klien, dll.

Account Executive menjadi sebuah wajah yang dilihat pertama kali oleh klien, pihak ketiga, dll. Maka dari itu, peran *Account Executive* sangatlah penting dalam membangun hubungan antara pihak pertama dan pihak lainnya. *Account Executive* memiliki tanggung jawab menerima dan menyampaikan pesan dari klien untuk internal team dan sebaliknya. Pada perkuliahan, sebenarnya tidak ada program studi atau jurusan yang mengkhususkan atau mengarahkan seseorang untuk menjadi *Account Executive*. Tetapi, banyak dari mereka yang bekerja sebagai *Account Executive* memiliki latar belakang pendidikan ilmu komunikasi, administrasi, dan *marketing*.

Alasan penulis berminat untuk melakukan praktik kerja magang di sebuah perusahaan agensi ialah karena didalam *Account Executive* memiliki banyak aktivitas yang berhubungan erat dengan program studi yang diambil oleh penulis. Disini penulis berperan sebagai *Account Executive Intern* yang dimana penulis bertanggung jawab dalam membantu semua pekerjaan *Account Executive Director* dan *Account Executive Senior*. Yang dilakukan oleh penulis sebagai *Account Executive Intern* adalah membuat observasi, *job request*, membantu menyusun hasil *meeting*, membuat *market trend review*, dan berkomunikasi dengan tim internal.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang adalah salah satu kewajiban akademis yang harus dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) agar dapat menerapkan dan mengaplikasikan ilmu-ilmu yang didapat semasa perkuliahan berlangsung ke dalam dunia kerja yang nyata. Oleh karena itu, tujuan kerja magang sebagai *Account Executive Intern* di Bailey | Capel Indonesia sebagai berikut :

1. Menerapkan ilmu-ilmu yang didapat selama perkuliahan, khususnya mengenai *advertising* ke dunia kerja yang nyata.
2. Menambah pengetahuan pengalaman bekerja sebagai *Account Executive* di sebuah *advertising agency*.
3. Mengasah pikiran dan kreativitas saat melakukan *brainstorming* bersama rekan kerja di *advertising agency*.
4. Mendapatkan pengalaman dan pengetahuan mengenai alur kerja dan lingkungan kerja di *advertising agency*.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah penjelasan mengenai waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis adalah 100 hari kerja magang atau 640 jam kerja. Terhitung sejak 2 Oktober 2023 sampai 2 April 2024. Penulis diterima sebagai *account executive intern* di departemen *Account*. Waktu kerja yang ditetapkan oleh perusahaan adalah setiap Senin-Jumat pukul 09.00 – 18.00 WIB. Namun, hal tersebut tidak menutup kemungkinan adanya pekerjaan yang dimulai lebih pagi atau lebih siang dan berakhir lebih cepat atau lebih lama. Kerja magang dilakukan full secara *Work From Office (WFO)*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang dilakukan pada Oktober 2023 sampai April 2024 dengan durasi sebanyak enam ratus empat puluh jam kerja atau durasi seratus hari kerja yang sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 yang diberikan kampus dan sesuai dengan arahan dari Program Studi.

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan seputar pelaksanaan magang yang diselenggarakan via zoom *meeting* oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN
- 2) Mengisi KRS dengan judul “*internship*” di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh minimal sebanyak 110 sks dan tidak ada nilai D & E dalam mata kuliah yang telah diambil. Serta melakukan permintaan untuk transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang dimulai melalui www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Melakukan pengajuan KM-10 melalui pengisian Google Form di e-mail untuk melakukan verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan berdasarkan panduan yang diberikan, serta mendapat persetujuan dari Kepala Program Studi dalam bentuk KM-02.
- 4) Secara lengkap mengisi dan me-submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika telah memperoleh perusahaan atau lembaga yang sesuai dengan keperluan magang.
- 5) Terakhir, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Administrasi Kampus (UMN)

Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 9 September 2023 yang diberikan oleh

pihak Bailey | Capel serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Account Executive Intern* di Departemen *Account*.
- 2) Pelaksanaan magang di supervisi secara langsung oleh *Ass. Account Director Niesya Aditta*.
- 3) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Account Executive Nukman Maajid*.
- 4) Mengisi dan menandatangani form KM-03 sampai KM-07 yang dilakukan ketika proses praktik kerja magang sedang berlangsung serta melakukan pengajuan lembar penilaian kerja magang kepada Supervisi pada saat akhir periode praktik kerja magang. kepada Supervisi pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Irwan Fakhruddin selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Microsoft Teams
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang