



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1. Kedudukan dan Koodinasi

Selama proses kerja magang, penulis diberi pembelajaran dan tanggung jawab sebagai seorang *account executive* di *RED Communication Indonesia Digital Agency*. Dalam proses kerja magang yang dilakukan, penulis secara khusus berada di bawah arahan atau dimentori oleh Kisy Atalya selaku *Senior Account*. Penulis berperan sebagai bagian dari tim *account executive*.

Peran *account executive* di *Redcomm* sangat penting, selain berfungsi untuk menjembatani hubungan antara klien dengan pihak internal terkait, seorang *account executive* juga bisa dikatakan sebagai representative perusahaan di mata klien. Sehingga seorang *account* harus memahami betul mengenai apa yang menjadi kebutuhan klien dalam mencapai targetnya.

Dalam proses kerja magang, penulis lebih sering berinteraksi langsung dengan tim internal, seperti tim data, dan lainnya. Penulis beberapa kali ikut dalam pertemuan dengan klien dengan tujuan mengamati dan mempelajari secara langsung bagaimana proses kerja *account executive* di *Redcomm*. Penulis juga beberapa kali berinteraksi langsung dengan klien melalui telepon atau *email*, untuk membahas kegiatan yang sedang dilakukan.

Banyak hal yang penulis dapat dari tim *account* di *Redcomm* sendiri, Ibu Kisy selaku mentor penulis selalu menekankan bahwa harus selalu ada komunikasi yang baik dalam menanggapi klien dan bekerja sama mencari solusi secara bersama sebelum diberikan kepada klien, sehingga apa yang akan diberikan kepada klien sudah dipikirkan dengan matang.

#### 3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama proses kerja magang di *recomm*, penulis bekerja sebagai *account executive*. Berikut adalah tabel rincian yang penulis lakukan:



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 1) *Brainstorming*

*Brainstorming* adalah sebuah tahap mencari sebuah ide. Pada tahapan ini, seorang *account executive* akan melakukan *brief* terlebih dahulu kepada tim internal terkait informasi yang diberikan klien, informasi tersebut merupakan hasil pembahasan dari diskusi yang dilakukan oleh *account executive* dengan klien terkait rencana atau aktivitas yang akan dilakukan oleh klien tersebut.

*Briefing* dari klien merupakan tahap awal dalam mempersiapkan sebuah *campaign*. Perwakilan klien yang biasanya adalah seorang *Marketing Manager* bertemu dengan pihak agensi yang diwakilkan oleh tim *Account* duduk satu meja kemudian membahas rencana mereka terkait sebuah brand dalam kurun waktu tertentu. (Frank Jefkins, 2004, h. 335)

Dalam melakukan *briefing* dengan klien, seorang *account executive* dituntut untuk berkomunikasi dengan baik dan memperhatikan gaya komunikasinya kepada klien. Kemampuan seorang *account executive* dalam melakukan komunikasi interpersonal, menjadi suatu hal yang penting. Hal tersebut sangat mempengaruhi kelancaran serta menarik klien.

Menurut Matari (2003, h. 7) dalam melakukan diskusi dengan klien, seorang *account executive* pada umumnya menggunakan beberapa cara berikut:

1. Mempelajari permasalahan marketing dan objective marketing.
2. Membuat progam komunikasi.
3. Menjual progam komunikasi kepada klien.
4. Mengontrol *cost*.

Setelah seorang *account executive* mendapat semua informasi yang diinginkan oleh klien, tahapan selanjutnya adalah melakukan

*brainstorming* dengan tim internal, dalam hal ini tim *strategist* dan tim *creative*, serta dengan pihak ketiga. Seorang *account executive* akan membuat sebuah *focus group discussion* untuk memudahkan tim internal dalam melakukan *brainstorming*. Pada tahapan ini, seorang *account executive* menjadi representasi dari klien. Tugas seorang *account executive* pada tahap ini adalah memberikan semua informasi yang diberikan klien kepada tim internal dan mendiskusikan agar menjadi sebuah objektif serta membuat sebuah *planning* bagi objektif yang diinginkan klien.

Setelah *planning* dilakukan oleh tim *strategist* dan tim *creative*, tugas selanjutnya yang dilakukan oleh seorang *account executive* adalah melakukan *checking* terkait hasil *planning* dengan objektif yang diinginkan klien. Setelah tahap ini selesai, tugas seorang *account executive* selanjutnya adalah mempresentasikan hasil *planning* yang telah dibuat kepada klien. Pada tahapan ini, seorang *account executive* bertugas untuk meyakinkan klien dengan *planning* yang dipresentasikan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.

## **2) Media Monitoring**

*Monitoring* merupakan sebuah proses pengumpulan dan analisis informasi mengenai suatu program atau aktivitas dengan tujuan mengetahui apakah program atau aktivitas tersebut berjalan sesuai dengan rencana yang diinginkan. Penulis melakukan *monitoring* pada suatu aktivitas Bebelac yang sedang dijalankan. Tujuan dari *monitoring* tersebut adalah untuk mengukur dan menganalisis terkait informasi dan ketertarikan *target market* dari aktivitas tersebut pada *platform* yang telah disediakan. *Platform* yang dianalisis adalah *facebook*, *instagram*, dan *twitter*. *Media social* menjadi sebuah sarana baru untuk melakukan pemasaran dalam dunia digital atau *digital marketing*.

*Digital marketing* merupakan media promosi yang interaktif dan merupakan media promosi yang paling dapat diukur melalui aplikasi yang telah berkembang. Melalui kegiatan promosi yang dilakukan pada *social media*, suatu *brand* dapat dengan mudah menentukan *target market* yang dituju serta melihat kebutuhan atau kendala yang didapatkan oleh *target market* tersebut.

*Digital marketing* adalah kegiatan marketing termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis *web* seperti *blog*, *web site*, *e-mail*, *adwords*, ataupun jejaring sosial (Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, 2009, h. 47).

Perusahaan tidak akan mampu untuk menolak apa yang pelanggan mereka *complain* dan butuhkan, ketika mereka dapat dengan mudah menyampaikannya kepada publik melalui *social media*. Hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah mendengarkan, memahami isu, dan merespons dengan tepat. (Kerpen, 2011, h. 14).

### **3) Mini Research**

*Mini Search* adalah sebuah riset kecil yang dilakukan untuk menunjang suatu aktivitas baru yang akan dijalankan. Hal ini bertujuan agar klien mendapat suatu perkiraan dalam menjalankan rencana aktivitas yang diinginkan dan menjadi suatu pertimbangan untuk mencari strategi dan solusi dari masalah atau informasi yang ditemukan. Riset kecil ini berisikan apa saja yang sudah dilakukan oleh kompetitor dari klien yang kita tangani.

### **4) Background Checking**

*Background checking* adalah sebuah proses yang dilakukan untuk mencari data dan memastikan setiap peserta yang berpartisipasi dalam aktivitas yang dilakukan. Data yang dicari

merupakan keterangan mengenai peserta tersebut melalui *social media* yang dimiliki oleh peserta. Tujuan melakukan *background checking* adalah memastikan agar tidak terjadi pengulangan pemenang dalam sebuah aktivitas yang dilakukan dan juga memastikan bahwa peserta yang mengikuti aktivitas tersebut bukan berasal dari pihak internal dan pihak yang terikat dengan klien.

#### 5) **CRM**

CRM adalah suatu aktivitas yang melibatkan seluruh sumber daya manusia untuk mempertahankan pelanggan yang ada, suatu strategi mengelolah dan menjaga hubungan dengan pelanggan, dan suatu usaha untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan pelanggan (Lukas, 2001, h. 3).

Menurut Kalakota (dalam Achmad, 2010, h. 5), ada tiga tahapan CRM diantaranya adalah:

1. Memperoleh pelanggan baru.

Mempromosikan keunggulan produk atau jasa dalam hal inovasi serta kemudahan karena nilai suatu produk atau jasa bagi pelanggan adalah produk yang lebih baik dan didukung oleh layanan yang memuaskan.

2. Meningkatkan Keuntungan.

Meningkatkan keuntungan yang diperoleh dari pelanggan yang sudah ada dengan mendorong terciptanya produk atau jasa komplemen dan penjualan produk atau jasa yang lebih baik dari produk atau jasa yang dimiliki oleh pelanggan.

3. Mempertahankan (retain).

Fokus perusahaan saat ini adalah bagaimana mempertahankan pelanggan yang sudah ada pasti



memberikan keuntungan bagi perusahaan daripada bagaimana mendapatkan pelanggan baru yang belum tentu menguntungkan.

CRM menjadi sebuah strategi bagi suatu perusahaan dalam menarik, menjaga, serta mempertahankan kliennya. Penanganan CRM yang baik, akan membuat perusahaan menjadi lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor perusahaan tersebut. Maka dari itu, aktivitas CRM menjadi bagian penting bagi perusahaan dalam menjaga eksistensi perusahaan pada klien.

Aktivitas yang penulis lakukan adalah menghubungi klien untuk mendiskusikan aktivitas yang sedang dilakukan dan memberikan *daily report* yang diinginkan klien. Penulis juga menghubungi *buzzer* untuk melakukan *follow up* mengenai *checking package* dalam suatu rencana kegiatan yang dilakukan. Dalam melakukan aktivitas CRM, penulis tidak hanya menghubungi klien, melainkan juga menghubungi calon peserta dari suatu aktivitas untuk melakukan konfirmasi.

### **3.4. Kendala yang Dihadapi**

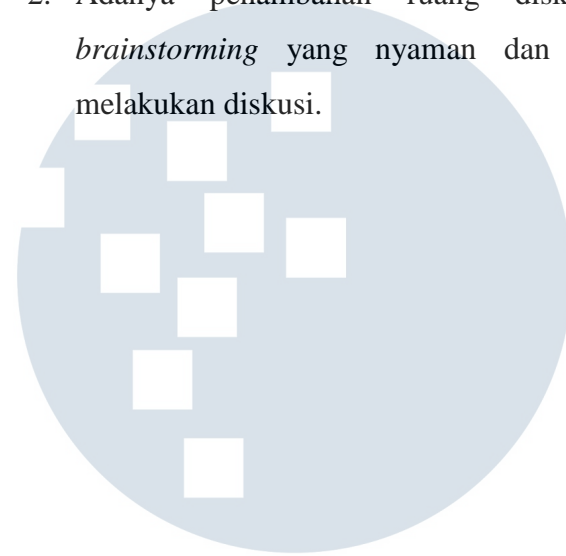
Dalam menjalankan tugas AE selama kerja magang, ada beberapa kendala yang penulis alami. Beberapa kendala yang dialami penulis sebagai AE di RED Communications Indonesia, yaitu:

1. Kurangnya sumber daya manusia di *Redcomm* yang mengakibatkan penanganan klien yang ditangani menjadi tidak maksimal.
2. Ruang diskusi yang sedikit untuk melakukan *brainstorming* yang mengakibatkan karyawan menjadi kesulitan jika ingin melakukan diskusi.

### 3.5. Solusi dari Kendala yang Dihadapi

Solusi untuk mengatasi kendala-kendala di atas:

1. *Redcomm* harus menambahkan sumber daya manusia yang berkualitas untuk memaksimalkan penanganan klien yang ditangani.
2. Adanya penambahan ruang diskusi untuk melakukan *brainstorming* yang nyaman dan cukup bagi karyawan melakukan diskusi.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA