



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

METODOLOGI

3.1 Gambaran Umum

Account Executive adalah seorang penghubung utama antara tim kreatif dengan klien yang akan membuat strategi pemasaran, mengevaluasi tim kreatif dan merealisasikan rencana yang telah dibuat. Pada penulisan laporan tugas akhir yang berjudul “Peranan *Account Executive* Dalam Pembuatan Video Promosi Universitas Multimedia Nusantara” ini penulis sebelumnya mencari informasi tentang klien atau pihak *marketing* UMN melalui media elektronik maupun dari pihak *marketing* UMN sendiri untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan klien agar sesuai dengan konsep yang akan disampaikan kepada tim kreatif.

Penulis menggunakan metode penelitian naratif deskriptif. Hatikah (2006) menjelaskan metode penelitian naratif deskriptif yaitu penulisan ulang gagasan dan hasil observasi dalam bentuk paragraf. Cara penulisan hasil observasi harus ditulis dengan pola urutan yang tepat. Proses penelitian yang dimaksudkan adalah penulisan proses pembuatan video promosi UMN dengan pola urutan dari pra-produksi hingga pasca-produksi. Penulis juga berkonsultasi dengan dosen pembimbing agar tetap dalam konsep judul tugas akhir yaitu “Peranan *Account Executive* Dalam Pembuatan Video Promosi Universitas Multimedia Nusantara”. Konsep judul penulis sebagai media untuk mengkomunikasikan keinginan kepada tim produksi juga diwujudkan melalui diskusi dengan teman kelompok yang

berperan sebagai *creative director*, diskusi ini penulis lakukan agar terwujud visualisasi konsep produksi yang sesuai dengan keinginan klien.

Creative director membuat bentuk konsep bercerita atau *narrative story* dalam pembuatan video promosi untuk pendekatan kepada calon klien UMN yang rata-rata masih remaja. Menceritakan tentang kisah cinta yang terjadi di UMN, *creative director* juga merangkum fasilitas yang tersedia di UMN sesuai dengan keinginan klien. Video promosi ini dilengkapi dengan sebuah animasi berbentuk buku sebagai gambaran penceritaan buku harian Angelika sebagai tokoh utama yang menceritakan kisah kesehariannya di dalam UMN. Video promosi ini akan diserahkan oleh penulis sebagai *account executive* hak publikasinya kepada klien.

3.1.1 Sinopsis

Angelika, seorang mahasiswi tingkat awal di UMN yang baru saja masuk sangat ideal dan kreatif, ia sangat senang berkuliah di UMN, sehingga dia menorehkan sebuah cerita tentang kesehariannya di UMN melalui buku harian.

Pada awal perkuliahan Angelika yang suka membaca ini baru saja selesai meminjam buku dari perpustakaan ketika Ia menyadari keterlambatannya pada kelas selanjutnya. Pada saat keluar lift Angelika yang terburu-buru secara tidak sengaja bertabrakkan dengan Arnold, disebuah lorong kampus, dari situlah Arnold merasa tertarik dengan Angelika. Langkah pertama Arnold dimulai ketika ia melihat Angelika yang sedang duduk sendiri dikantin, Arnold segera menghampiri Angelika dan memulai sebuah percakapan. Pada akhirnya Arnold dan Angelika menjadi akrab. Angelika memang memiliki kebiasaan untuk duduk

sendirian di kantin sambil mencari tahu informasi terbaru tentang fasilitas-fasilitas UMN melalui laptopnya.

3.1.2 Posisi Penulis

Posisi penulis dalam laporan tugas akhir yang berjudul “Peranan *Account Executive* Dalam Pembuatan Video Promosi Universitas Multimedia Nusantara” adalah sebagai *account executive* yang bertugas memberikan gambaran kepada tim kreatif apa yang diinginkan oleh klien. Sebagai *account executive* penulis diwajibkan untuk membuat video yang sesuai keinginan klien, mengevaluasi dan merealisasikan sesuai dengan konsep yang telah dibicarakan sebelumnya dengan klien sebagai strategi pemasaran.

3.1.3 Peralatan

Peralatan yang digunakan penulis dalam penulisan tugas akhir yang berjudul “Peranan *Account Executive* Dalam Pembuatan Video Promosi Universitas Multimedia Nusantara” adalah:

1. Perangkat keras : *Laptop*, buku dan pulpen.
2. Perangkat Lunak : *Software : Microsoft Office Word 2007, quicktime.*

3.2 Tahapan Kerja

Tahapan kerja penulis dalam pembuatan laporan tugas akhir yang berjudul “Peranan *Account Executive* Dalam Pembuatan Video Promosi Universitas Multimedia Nusantara” adalah:

1. Klien mengajukan keinginannya untuk membuat video promosi kepada *account executive*. Dalam mengajukan keinginannya klien menyebutkan

untuk membuat video promosi yang berbeda dari video promosi UMN yang telah ada sebelumnya. Klien memberikan beberapa video promosi yang telah dibuat sebelumnya kepada *account executive*. *Account executive* dengan tim kreatif kemudian menonton dengan seksama video-video yang diberikan oleh klien.

2. Tim kreatif membuat konsep yang berbeda dari video promosi yang telah ada sebelumnya. Konsep dibuat dengan mengenalkan UMN melalui sebuah cerita cinta singkat antara senior dan junior yang jatuh cinta. Dalam konsep ini tim kreatif memberikan *account executive* gambaran dengan latar belakang UMN sebagai institusi pendidikan tinggi yang nyaman dan didukung oleh fasilitas-fasilitas multimedia yang lengkap.
3. Tim kreatif memberikan konsep yang telah dibuat kepada *account executive* dan kemudian *account executive* memberikan konsep tersebut kepada klien. Pada tahap ini *account executive* menjelaskan dengan seksama gambaran konsep video promosi yang dibuat oleh tim kreatif kepada klien.
4. Klien menerima konsep yang diajukan *account executive* dan menyetujuinya. Dengan konsep yang menggabungkan cerita cinta dengan latar belakang UMN, klien menyetujuinya.
5. *Account executive* menyiapkan perizinan yang dibutuhkan oleh tim produksi. *Shooting* untuk video yang akan dilakukan pada beberapa lokasi kampus yang membutuhkan izin dari pihak berwenang sebelumnya. Sebagai seorang yang bertanggung jawab untuk produksi, *account executive*

kemudian membuat surat izin yang sah agar produksi dapat dilakukan di lokasi-lokasi UMN yang diinginkan.

6. Mengawasi proses shooting video promosi UMN. Setelah semua perizinan siap, selanjutnya proses produksi dimulai. Pada saat shooting *account executive* diharuskan berada di lokasi produksi atau lokasi shooting untuk memastikan hasil shooting dilakukan sesuai dengan konsep yang telah disetujui oleh klien sebelumnya. Pada tahap ini klien tidak diwajibkan untuk datang karena sudah ada *account executive* sebagai pengganti klien.
7. Mengawasi proses pasca produksi. Dimulai dengan *account executive* memperlihatkan hasil *offline editing* dari tim kreatif kepada klien dan menyampaikan tanggapan klien kepada tim kreatif untuk merevisinya sampai klien menyetujuinya. Setelah klien menyetujui hasil *offline editing* maka tim kreatif melanjutkan prosesnya dengan *online editing*. Hasil *online editing* kemudian diserahkan kembali ke *account executive* untuk diteruskan kepada klien. Klien melihat dan merevisi beberapa bagian lalu *account executive* menyampaikannya kepada tim kreatif untuk merevisinya kembali sampai klien menyetujuinya.
8. Memberikan hasil video promosi kepada klien. Setelah melewati proses persetujuan akhir *editing* dari klien, *account executive* menyerahkan hasil video promosi kepada klien untuk kemudian hak kepemilikannya akan dibawah kuasa klien.