

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang di Hakuodo Jakarta, posisi yang diambil adalah sebagai *Account Executive Intern*. Proses kerja magang berlangsung di bawah naungan satu dari dua tim *Account* yang ada di Hakuodo Jakarta, dengan Chris Yudha Permana sebagai *Account Director* sekaligus *Supervisor* kerja magang, Rini Dwi Artini sebagai *Account Manager*, Indi Mukti H sebagai *Senior Account Executive*, Adinda Nurhalisyah sebagai *Junior Account Executive*, dan Nelsya Namira sebagai *Freelance Account Executive*. Proses koordinasi kerja magang sehari-hari dilakukan bersama Indi Mukti, Adinda Nurhalisyah, dan Nelsya Namira.

Tugas utama yang dilaksanakan selama kerja magang adalah menjadi jembatan informasi bagi tim internal di dalam agensi, terutama untuk membantu peran *Account Executive* dalam menangani klien Pertamina, NEO rheumacyl, Oskadon, hemaviton, Biore Body Wash, Fresco, dan beberapa klien lainnya. Selama proses kerja magang juga dilibatkan kedalam sesi *brainstorming* bersama dengan departemen lainnya seperti *Creative* dan *Strategic Planner*, namun peran *Account Executive Intern* tidak mendalam di dalam memberikan ide, melainkan hanya sekedar memberikan beberapa referensi yang dapat membantu proses *brainstorming* berjalan lebih dalam.

#### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 80 hari, dilakukan beberapa jenis pekerjaan, mulai dari tahap perencanaan hingga tahap produksi, namun pelaksanaan kerja magang berfokus kepada menjadi jembatan informasi bagi internal tim agensi, dan belum sampai tahap berkomunikasi secara langsung dengan klien.

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

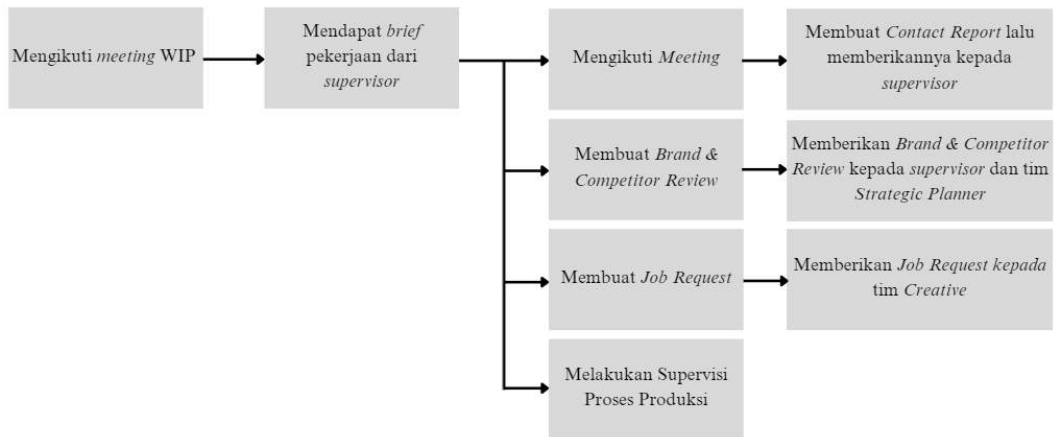
Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Account Executive Intern* dalam aktivitas kerja magang di Hakuhodo Jakarta secara sederhana adalah menjadi jembatan informasi bagi tim internal di dalam agensi, terutama untuk membantu peran *Account Executive* dalam menangani berbagai klien. Setiap penugasan dalam kerja magang dilakukan atas koordinasi dari *Account Director* sekaligus *Supervisor* kerja magang dan *Account Executive*. Penugasan dalam kerja magang dapat dijabarkan sebagai berikut:

<b><i>Brand &amp; Competitor Review</i></b>	Membuat sebuah rangkuman mengenai <i>update</i> apa saja yang telah dilakukan oleh kompetitor klien dalam kurun waktu tertentu. Biasanya <i>Brand &amp; Competitor Review</i> berisikan <i>update</i> mengenai aktivitas ATL, BTL, dan digital yang dilakukan oleh kompetitor, beserta <i>point of sales material</i> (POSM) yang dimiliki.
<b><i>Contact Report (Minutes of Meeting)</i></b>	Membuat <i>Contact Report</i> atau <i>Minutes of Meeting</i> (MoM) dari setiap <i>meeting</i> yang melibatkan klien, <i>Production House</i> (PH), atau pihak eksternal lainnya.
<b><i>Job Request</i></b>	Membuat <i>Job Request</i> yang secara sederhana adalah <i>brief</i> pekerjaan untuk tim kreatif yang meliputi <i>copywriter</i> , <i>graphic designer</i> , dan <i>motion graphic designer</i> untuk merevisi materi iklan berdasarkan <i>feedback</i> klien yang diambil dari <i>Contact Report</i> .
<b><i>Meeting</i></b>	Mengikuti seluruh proses <i>meeting</i> , dimulai dari <i>meeting</i> internal tim agensi, hingga <i>Pre-production Meeting</i> (PPM), <i>open brief</i> , dan <i>initial brief</i> , serta membuat <i>Contact Report</i> untuk setiap <i>meeting</i> tersebut.
<b><i>Supervisi Proses Produksi</i></b>	Mengikuti seluruh proses produksi materi iklan, dimulai dari <i>shooting day</i> , <i>offline presentation</i> , <i>color grading</i> , <i>voice over recording</i> , <i>online presentation</i> , dan <i>final mix</i> .

Tabel 3.1 Tugas Utama *Account Executive Intern*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Berikut adalah gambaran alur kerja magang yang dapat memperjelas urutan dari pekerjaan yang dilakukan selama program kerja magang:



Gambar 3.1 Alur Kerja Magang  
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Setiap minggunya dilakukan *meeting Work In Progress (WIP)* bersama seluruh tim *Account* dan *General Manager* untuk membahas *update* pekerjaan dari masing-masing tim *Account*. Lalu, setelah melaksanakan WIP umumnya *Supervisor* magang akan memberikan *brief* penugasan magang yang dapat berupa jadwal *meeting* di hari tersebut, pembuatan *Brand & Competitor Review*, *Job Request*, ataupun arahan untuk melakukan supervisi pada proses produksi.

NO	Uraian Pekerjaan	Minggu Ke-															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	<i>Brand &amp; Competitor Review</i>	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
2	<i>Contact Report (Minutes of Meeting)</i>	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
3	<i>Job Request</i>			█				█									
4	<i>Meeting</i>	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
5	Supervisi Proses Produksi			█		█		█	█							█	

Tabel 3.2 *Timeline* Kerja Magang  
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Account Executive Intern* selama melakukan kerja magang di HakuHodo Jakarta adalah sebagai berikut:

#### A. *Brand & Competitor Review*

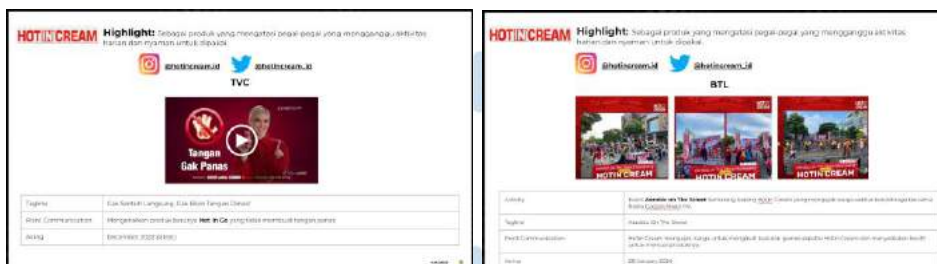
*Brand & Competitor Review* merupakan sebuah rangkuman *update* mengenai aktivitas pemasaran dan komunikasi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh kompetitor klien dalam kurun waktu tertentu. Penugasan ini memiliki sebutan dan juga kurun waktu yang berbeda untuk beberapa klien. Untuk klien Biore, penugasan ini disebut sebagai *Competitor Review* yang setiap bulannya membutuhkan *update* dari penugasan ini, sedangkan untuk klien Tempo Scan Pasifik yang memiliki *brand* Oskadon, bodrex, hemaviton, NEO rheumacyl, dan lain-lain menyebut penugasan ini sebagai *Brand Review* yang membutuhkan *update* aktivitas kompetitor dalam kurun waktu 1 (satu) tahun, dengan kata lain *brand review* ini bersifat tahunan. Pada pelaksanaan kerja magang yang telah dilakukan sejauh ini, telah dibuat *Brand & Competitor Review* untuk *brand* Biore, hemaviton, bodrex, NEO rheumacyl, dan Oskadon dengan sebutannya masing-masing.

*Competitor Review* untuk klien Biore berisikan informasi mengenai aktivitas apa saja yang dilakukan oleh kompetitor setiap bulannya. Cakupan aktivitas tersebut diambil dari *website*, media sosial yang meliputi Instagram, X (Twitter), dan Facebook, YouTube, dan juga promosi yang diadakan melalui *marketplace* seperti Tokopedia dan Shopee, dan melalui *offline store* seperti Guardian, Indomaret, Alfamart, dan lain-lain. Kemudian informasi-informasi tersebut dituangkan di dalam sebuah *deck* yang dibuat melalui Google Slides dengan menggunakan bahasa Inggris, yang selanjutnya akan diserahkan kepada *Senior Account Executive* dan akan diteruskan ke kantor pusat Biore di Jepang.



Gambar 3.2 Tangkapan Layar Contoh *Competitor Review* Untuk Klien Biore  
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

*Brand Review* untuk klien Tempo Scan Pasifik berisikan informasi mengenai rangkuman mengenai aktivitas apa saja yang dilakukan oleh kompetitor setiap tahunnya, yang meliputi aktivitas ATL, BTL, dan Digital. Aktivitas ATL meliputi TVC, aktivitas BTL seperti *event* apa saja yang diselenggarakan oleh kompetitor, dan aktivitas *Digital* pada media sosial seperti Instagram, X (Twitter), Facebook, dan TikTok. Kemudian dibuat juga *competitive landscape* berdasarkan informasi tersebut pada akhir rangkuman. Rangkuman dituangkan dalam bentuk *deck* yang dibuat menggunakan Google Slides, yang kemudian akan diteruskan kepada tim *Strategic Planner* dan *Creative* sebagai referensi informasi.



NEUROBION		Highlight: Neurobion mainly communicate healthy lifestyle and neuropathy awareness to their audiences through their social media.	
DIGITAL CAMPAIGN/ACTIVITY			
Platform:	Facebook            Instagram            Twitter            YouTube            TikTok		
Sample Material:			
Point Communication:	Neurobion mainly communicate healthy lifestyle and neuropathy awareness through their digital media platform.	Neurobion is the main brand of neuropathy awareness in Indonesia. It is a brand that is well-known and trusted by the public.	
Activity:	<ul style="list-style-type: none"> <li>Neurobion mainly communicate healthy lifestyle and neuropathy awareness through their digital media platform.</li> <li>The content of the posts is well-organized and easy to understand.</li> <li>The content is also well-timed and relevant to the audience.</li> <li>The content is also well-targeted to the audience.</li> </ul>		
Particip:	Charafudin ANAN, @charafudinanan		

COMPETITION SUMMARY			
Brand	Neurobion	Vitalen	HOLICREAM
Brand Description:	Neurobion is a brand of neuropathy awareness in Indonesia. It is a brand that is well-known and trusted by the public.	Vitalen is a brand of neuropathy awareness in Indonesia. It is a brand that is well-known and trusted by the public.	HOLICREAM is a brand of neuropathy awareness in Indonesia. It is a brand that is well-known and trusted by the public.
Brand Position:	Neurobion is the main brand of neuropathy awareness in Indonesia. It is a brand that is well-known and trusted by the public.	Vitalen is a brand of neuropathy awareness in Indonesia. It is a brand that is well-known and trusted by the public.	HOLICREAM is a brand of neuropathy awareness in Indonesia. It is a brand that is well-known and trusted by the public.
Brand Strategy:	Neurobion mainly communicate healthy lifestyle and neuropathy awareness through their digital media platform.	Vitalen mainly communicate healthy lifestyle and neuropathy awareness through their digital media platform.	HOLICREAM mainly communicate healthy lifestyle and neuropathy awareness through their digital media platform.

Gambar 3.3 Tangkapan Layar Contoh *Brand Review* Untuk Klien NEO rheumacyl

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Konsep pembuatan *Brand & Competitor Review* sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Quesenberry (2019, p. 63) mengenai *Social Media Audit*, yaitu sebuah dokumen yang berisikan rangkuman pemeriksaan sistematis terhadap data media sosial berupa gambar *snapshot* dari aktivitas media sosial kompetitor, lalu mengevaluasi informasi yang didapatkan. Di dalam *Brand & Competitor Review*, dikumpulkan informasi-informasi seperti yang dikatakan oleh Quesenberry (2019, p. 63), yaitu rangkuman aktivitas media sosial dari para kompetitor klien. Namun, perbedaan antara *Brand & Competitor Review* dengan *Social Media Audit* adalah *Brand & Competitor Review* juga mengumpulkan informasi mengenai aktivitas ATL dan BTL yang dilakukan oleh kompetitor klien, sehingga cakupan informasi yang dibutuhkan di dalam *Brand & Competitor Review* lebih luas dari *Social Media Audit*.

Selain itu, pembuatan *Brand & Competitor Review* juga sejalan dengan apa yang dikatakan oleh Chaffey & Chadwick (2022) dalam konsep *Situation Analysis for Digital Marketing*, yang mana dalam melakukan *research* terkait *situation analysis*, terdapat beberapa informasi yang dikumpulkan, yang mencakup *marketplace analysis* dan *competitor benchmarking*. Informasi yang dikumpulkan di dalam *marketplace analysis* adalah seputar *influencer* yang berkaitan dalam aktivitas pemasaran, media pemasaran yang digunakan, dan aktivitas pemasaran seperti apa yang dilakukan. Sementara di dalam *competitor benchmarking*, informasi yang dikumpulkan antara lain adalah proposisi pelanggan dan aktivitas komunikasi dengan pesaing langsung maupun tidak langsung. Dalam membuat *Brand & Competitor Review*, informasi yang

dikumpulkan adalah seputar aktivitas pemasaran dan komunikasi pemasaran apa saja yang dilakukan oleh kompetitor melalui berbagai media seperti ATL, BTL, dan *Digital*, sehingga hal ini sesuai dengan konsep *situation analysis* oleh Chaffey & Chadwick.

Perbedaan antara penugasan *Brand & Competitor Review* dengan konsep *Situation Analysis for Digital Marketing* oleh Chaffey & Chadwick (2022) terdapat pada struktur keseluruhannya. Konsep *Situation Analysis for Digital Marketing* berisikan informasi yang menyeluruh, yang meliputi *customer analysis*, *marketplace analysis*, *competitor benchmarking*, *winder macro-environment*, dan *internal review*, sedangkan di dalam *Brand & Competitor Review*, informasi yang dicari hanya seputar aktivitas pemasaran dan komunikasi pemasaran melalui media ATL, BTL, dan *Digital*, serta *point of sales material* dari kompetitor saja.

Selain itu, penugasan *Brand & Competitor Review* juga sejalan dengan konsep *Account Planning & Research* yang dikatakan oleh Moriarty, Mitchell, Wood, & Wells (2019, pp. 56 - 57), di mana *full-service agency* biasanya memiliki departemen terpisah untuk melakukan *planning* dan *research* untuk mendapatkan *insight* pasar dan atau konsumen. *Insight* tersebut kemudian digunakan untuk mengembangkan pesan yang fokus kepada perspektif konsumen dan *brand*, sehingga nantinya iklan dapat memiliki efek persuasi yang efektif.

*Brand & Competitor Review* yang dibuat selama proses kerja magang berisikan *research* mengenai aktivitas komunikasi pemasaran kompetitor yang dilakukan melalui media ATL, BTL, dan *Digital*. Informasi tersebut dikumpulkan untuk mendapatkan *insight* mengenai *point of sales material* (POSM) yang dibawa oleh kompetitor dalam aktivitas komunikasi pemasaran mereka. *Insight* tersebut kemudian diteruskan kepada tim *Strategic Planner* sebagai data untuk pengembangan ide perencanaan iklan, sehingga nantinya pesan utama dari iklan yang dikerjakan agensi untuk klien tidak sama dengan

pesan yang dibawa oleh kompetitor dan bahkan diharapkan dapat membawa dampak yang lebih baik dari iklan kompetitor.

Perbedaan dari konsep *Account Planning & Research* yang dikatakan oleh Moriarty, Mitchell, Wood, & Wells (2019, pp. 56 - 57) dengan penugasan *Brand & Competitor Review* yang dikerjakan selama proses kerja magang di HakuHodo Jakarta adalah penugasan *Brand & Competitor Review* tersebut dilakukan oleh *Account Executive* yang berada di dalam departemen *Account Management*. Moriarty, Mitchell, Wood, & Wells (2019, pp. 56 - 57) mengatakan bahwa *research* dilakukan oleh departemen yang terpisah, yaitu departemen *Account Planning & Research*, sehingga ini menjadi *gap* antara konsep dengan realita pekerjaan seorang *Account Executive* di HakuHodo Jakarta.

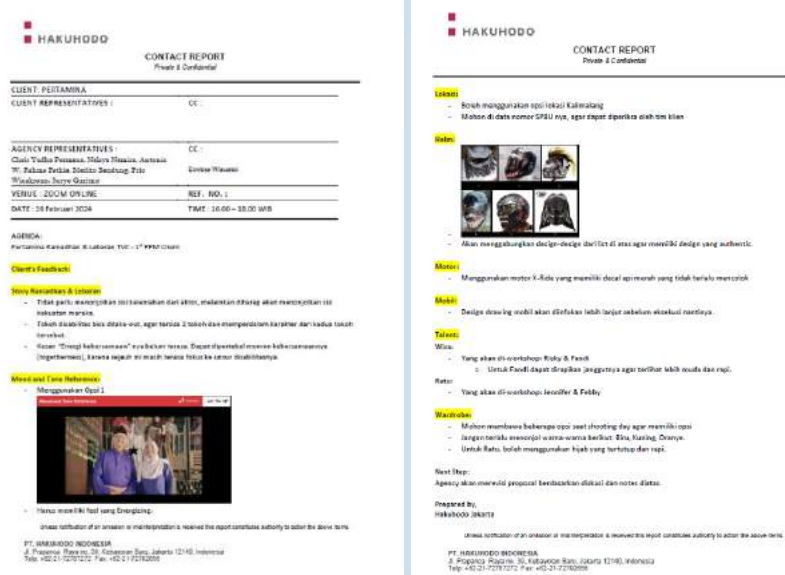
#### ***B. Contact Report (Minutes of Meeting)***

*Minutes of Meeting* atau yang biasa disebut *Contact Report* di HakuHodo Jakarta merupakan sebuah dokumen yang berisi rangkuman diskusi dari sebuah *meeting*. Di dalam pelaksanaan kerja magang, *Contact Report* akan dibuat sesuai dilaksanakannya sebuah *meeting* yang melibatkan seluruh tim internal agensi yang terdiri dari tim *Account*, tim *Creative*, tim *Strategic Planner*, dan tim *Traffic* dengan pihak klien dan *Production House* (PH). Jenis *meeting* yang umumnya memerlukan pembuatan *Contact Report* di HakuHodo Jakarta adalah *proposal presentation meeting*, *initial brief*, dan *pre-production meeting* (PPM) bersama agensi, PH, dan klien.

Secara mendetail, *Contact Report* berisikan seluruh rangkuman *meeting* yang berisikan *feedback* dari klien yang dituliskan secara rinci, menyeluruh, dan disertai dengan gambar, *update* dari *vendor* seperti *photographer* dan *production house*, dan dilengkapi dengan nama partisipan dari *meeting* yang dimaksud. *Contact Report* dibuat dengan format DOCX, yang kemudian akan diserahkan kepada *Account Executive* untuk proses *approval*, dan selanjutnya akan menjadi pedoman catatan untuk *meeting* selanjutnya, dan juga akan digunakan sebagai acuan untuk membuat *Job Request*.



Selama proses kerja magang sebagai *Account Executive Intern* di HakuHodo Jakarta, telah dibuat *Contact Report* dari setiap jenis *meeting* yang meliputi *proposal presentation meeting*, *initial brief*, dan *pre-production meeting* (PPM) dari *brand* Oskadon, bodrex, Kapal Api, hemaviton, NEO rheumacyl, dan Pertamina.



Gambar 3.4 Tangkapan Layar Contoh *Contact Report* Untuk Klien Pertamina

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Andrews & Shimp (2018) mengatakan bahwa dokumen paling penting dalam pengembangan kampanye iklan dan pelaksanaannya adalah *Creative Brief*, karena *Creative Brief* merupakan *blueprint* atau panduan utama untuk perancangan sebuah kampanye iklan, sehingga dokumen tersebut merupakan hal yang akan mendasari pekerjaan dari tim *Creative* dalam membuat perencanaan kampanye. Di HakuHodo Jakarta sendiri, terdapat dokumen yang merupakan turunan dari dokumen *Creative Brief* yang disebut sebagai *Job Request*. Dokumen tersebut berisikan poin-poin yang harus direvisi dari sebuah materi iklan berdasarkan *feedback* dari klien. *Feedback* klien tersebut diambil dari sebuah dokumen yang dinamakan *Contact Report*.

Di sisi lain, Clow & Baack (2022) menyebutkan bahwa *Account Executive* berperan sebagai penghubung tim internal agensi dengan klien, yang salah satunya dilakukan dengan cara terlibat aktif dalam berkoordinasi dengan personil di dalam agensi untuk memastikan iklan sesuai dengan ekspektasi klien. Belch & Belch (2021) juga mengatakan bahwa *Account Executive* bertanggung jawab untuk memahami kebutuhan klien, menyampaikannya kepada tim internal di dalam agensi periklanan, serta mengoordinasi proses perencanaan dan produksi iklan yang sesuai dengan kebutuhan klien. Terdapat kesamaan dari pernyataan Clow & Baack (2022) dan Belch & Belch (2021), yaitu *Account Executive* berperan untuk memahami kebutuhan dan ekspektasi klien, serta mengoordinasi proses pembuatan iklan dengan tim internal agensi agar dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi klien tersebut.

Berkaitan dengan hal di atas, *Account Executive* di Hakuodo Jakarta membuat *Contact Report* sebagai media untuk mencatat setiap poin koordinasi antar tim internal agensi yang nantinya dapat disampaikan secara verbal, atau melalui dokumen *Job Request*. Salah satu tugas seorang *Account Executive* adalah untuk mencatat setiap *feedback* dari klien yang dibuat di dalam format *Contact Report*, yang nantinya setiap *feedback* yang ada di dalam *Contact Report* akan dibuat kedalam bentuk *Job Request* yang akan diserahkan kepada tim *Creative*. Hal tersebut dilakukan untuk menjaga keakuratan komunikasi di dalam proses pembuatan iklan, agar nantinya *output* iklan yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi klien.

### **C. Job Request**

*Job Request* merupakan dokumen yang menjadi turunan dari dokumen *Creative Brief*. Di Hakuodo Jakarta, umumnya *Creative Brief* diberikan melalui pertemuan *internal meeting* di awal sebuah proyek iklan dimulai, dengan disertakan dokumen *Creative Brief*. Perbedaan antara *Creative Brief* dengan *Job Request* adalah dokumen *Job Request* diberikan kepada tim *Creative* setelah dilakukannya *Creative Brief* dan apabila terdapat revisi dari klien terkait materi iklan yang telah dikembangkan. Pembuatan *Job Request* merupakan

salah satu pekerjaan dari *Account Executive* di Hakuodo Jakarta, yang juga sering diberikan kepada *Account Executive Intern*. *Job Request* berisikan informasi mengenai hal apa saja yang diinginkan oleh klien dan apa saja hal yang harus direvisi dari materi iklan yang sedang dikerjakan, yang biasanya meliputi *Key Visual*, TVC, dan komponen-komponen di dalam materi iklan tersebut. Penugasan membuat *Job Request* akan dibuat oleh *Account Executive Intern* berdasarkan arahan dari *Account Executive*, sehingga seluruh poin yang dituliskan di dalam *Job Request* tersebut berasal dari *Account Executive*, yang sebelumnya didapat dari *feedback* klien. Biasanya, *Job Request* akan dibuat setelah melakukan *meeting* bersama klien, sehingga poin-poin di dalam *Job Request* dibuat berdasarkan *feedback* yang diberikan oleh klien. Dokumen ini merupakan sebuah dokumen yang penting untuk dibuat secara rinci, agar tim *Creative* dapat membuat materi iklan yang dapat menjawab kebutuhan klien.

*Job Request* dibuat dalam format DOCX yang disertai dengan gambar dan juga petunjuk detail mengenai komponen apa saja yang harus direvisi. Petunjuk tersebut biasanya berbentuk persegi panjang transparan yang diberi nomor, dan disertai dengan penjelasan di bagian bawah gambar. Kemudian, dokumen ini akan diserahkan kepada tim *Creative* untuk dilakukan revisi materi iklan. Selama proses kerja magang sebagai *Account Executive Intern* di Hakuodo Jakarta, telah dibuat *Job Request* untuk klien hemaviton Stamina Plus.

U 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



- Perlu ditambahkan informasi "KEMASAN BARU" yang diposisikan di dekat packshot.
- Aksesoris grafis yang membatasi bagian limbo dan BA keep it as it is.
- Aplikasikan hasil foto dan background terpilih ke dalam layout.

Gambar 3.5 Tangkapan Layar Contoh *Job Request* Untuk Klien hemaviton Stamina Plus

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Andrews & Shimp (2018) mengatakan bahwa dokumen paling penting dalam pengembangan kampanye iklan dan pelaksanaannya adalah *Creative Brief*, karena *Creative Brief* merupakan *blueprint* atau panduan utama untuk perancangan sebuah kampanye iklan, sehingga dokumen tersebut merupakan hal yang akan mendasari pekerjaan dari tim *Creative* dalam membuat perencanaan kampanye. *Creative Brief* memiliki format yang berbeda dari agensi ke agensi, namun pada umumnya dokumen ini berisikan jawaban dari kebutuhan klien (Andrews & Shimp, 2018). Selain itu, Shah (2014, p. 299) juga mengatakan bahwa *Creative brief* adalah sebuah dokumen yang berisikan strategi periklanan dan detail eksekusi yang telah disetujui oleh klien dan agensi, yang bertujuan untuk memberi arahan dan inspirasi kepada tim kreatif terkait iklan atau kampanye yang sedang digarap. Shah (2014, p. 299) juga mengatakan bahwa setiap agensi memiliki versi *Creative brief* nya masing-masing, dengan kata lain pernyataan ini mendukung apa yang dikatakan oleh Andrews & Shimp (2018) mengenai format *Creative Brief* yang berbeda dari

agensi ke agensi. Hal ini juga diperkuat oleh pernyataan Kelley & Sheehan (2022, p. 110) mengenai *Creative Brief*, dalam mengatur tim kreatif dalam pembuatan sebuah kampanye, diperlukan sebuah dokumen yaitu *Creative Brief*, karena di dalam dokumen tersebut *Account Manager* atau *Account Executive* dapat menetapkan tujuan kampanye dan memberikan informasi kreatif yang akan membantu mereka mempersempit pilihan kreatif mereka, agar dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh klien. Segala informasi yang tertuang di dalam *Creative Brief* tersebut didapatkan dari hasil diskusi antara pihak klien dengan pihak agensi yang telah disetujui oleh kedua belah pihak, yang tentu sesuai dengan tujuan atau *objective* utama dari kampanye yang akan dibuat.

Selaras dengan apa yang dikatakan Andrews & Shimp (2018) dan Shah (2014, p. 299) mengenai format *Creative Brief*, terdapat dokumen yang menjadi turunan dari dokumen *Creative Brief* di HakuHodo Jakarta yang disebut sebagai *Job Request*. Dokumen ini berisikan poin-poin detail mengenai komponen apa saja yang harus direvisi, yang disertai dengan petunjuk dan penjelasan seperti yang dicontohkan pada gambar 3.4 di atas. Isi dari dokumen *Job Request* di HakuHodo Jakarta juga sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Kelley & Sheehan (2022), karena setiap informasi yang tertuang di dalam dokumen *Job Request* berfungsi untuk mengarahkan tim kreatif di dalam agensi untuk membuat sebuah solusi yang spesifik, yang dapat menjawab kebutuhan klien terkait kampanye yang sedang digarap.

#### **D. Meeting**

Dalam proses kerja di sebuah agensi periklanan, mengikuti berbagai *meeting* merupakan salah satu kewajiban dari tim *account* yang meliputi *account director* hingga *Account Executive*, termasuk juga *Account Executive Intern*. Tujuannya adalah agar tim *Account* dapat mengetahui seluruh progres dari sebuah proyek, dan memastikan proyek tersebut dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan *timeline* yang telah disepakati di awal. Dalam proses kerja magang, *Account Executive Intern* juga dilibatkan ke dalam berbagai jenis

*meeting*, mulai dari *meeting* bersama tim internal agensi, *meeting* bersama pihak eksternal seperti klien dan *production house*, *meeting* pada tahap perencanaan dan juga pada tahap produksi.

Secara lebih detail, jenis-jenis *meeting* yang diikuti dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. ***Client's Brief***: *Client's brief* merupakan sebuah *meeting* yang mengawali sebuah proyek. Di dalam *meeting* ini, klien menjelaskan mengenai iklan seperti apa yang ingin direalisasikan dan hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan oleh pihak agensi di dalam proses perencanaan iklan. Di dalam *meeting* ini, *Account Executive Intern* bertugas untuk mencatat hal-hal penting yang disampaikan oleh klien ke dalam bentuk *Contact Report*.
2. ***Work In Progress (WIP)***: *Work In Progress* atau WIP adalah *meeting* mingguan yang dilaksanakan oleh seluruh tim *Account* yang dilakukan bersama dengan *General Manager*. Di dalam *meeting* ini, setiap tim *Account* akan memberikan *update* mengenai progres pekerjaan yang sedang dilakukan, agar setiap perkembangannya dapat diketahui oleh *General Manager*.
3. ***Internal regroup meeting***: *Internal regroup meeting* adalah sebuah *meeting* di mana tim internal agensi yang terdiri dari tim *Strategic Planner*, *Creative*, dan *account* berdiskusi terkait progres dari perencanaan iklan. Akan dipresentasikan progres perencanaan yang sudah dibuat oleh tim *planner* dan *Creative*, lalu kemudian progres tersebut akan didiskusikan bersama-sama hingga seluruh tim sepakat akan perencanaan iklan tersebut. Di dalam *meeting* ini, *Account Executive Intern* bertugas untuk mencatat hal-hal penting yang dari diskusi yang telah dilakukan di dalam bentuk *points of discussion*.
4. ***Proposal presentation meeting***: *Proposal presentation meeting* adalah sebuah *meeting* di mana seluruh tim internal agensi yang terdiri dari tim *Strategic Planner*, *Creative*, dan *account* mempresentasikan proposal

perencanaan iklan kepada klien. Apabila terdapat *feedback* dari klien, *Account Executive Intern* bertugas untuk mencatat *feedback* tersebut di dalam bentuk *Contact Report*.

5. ***Open brief:*** *Open brief* adalah sebuah *meeting* yang dilaksanakan sesudah proposal perencanaan iklan disetujui oleh klien, dan selanjutnya akan dilakukan tahap produksi. Di dalam *meeting* ini, pihak agensi akan menyampaikan *brief* iklan kepada beberapa *director*, yang selanjutnya beberapa *director* tersebut akan mengirimkan *director's board* ke pihak agensi untuk mengetahui *treatment* seperti apa yang akan dipenetrasikan kedalam iklan, yang kemudian agensi akan memilih mana *director* yang paling cocok untuk memenuhi kebutuhan iklan yang diinginkan klien. Di dalam *meeting* ini, tidak ada penugasan yang diberikan oleh *supervisor* dan murni dilakukan untuk menambah pengalaman dan pengetahuan di dalam proses pembuatan sebuah iklan.
6. ***Initial brief:*** *Initial brief* adalah sebuah *meeting* yang dilakukan oleh agensi bersama *director* dan *production house* untuk berkoordinasi terkait proses produksi yang akan dilakukan. Di dalam *meeting* ini, *Account Executive Intern* bertugas untuk mencatat hal-hal penting yang dari diskusi yang telah dilakukan di dalam bentuk *points of discussion*.
7. ***Pre-production meeting:*** *Pre-production meeting* atau yang biasa disebut sebagai PPM adalah sebuah *meeting* yang dilakukan sebelum proses produksi dimulai. *Meeting* ini dilakukan bersama pihak agensi, *director*, *production house*, dan juga klien untuk memastikan seluruh hal yang berkaitan dengan proses produksi yang akan dilakukan agar dapat berjalan dengan lancar. Di dalam *meeting* ini, *Account Executive Intern* bertugas untuk mencatat hal-hal penting yang dari diskusi yang telah dilakukan di dalam bentuk *Contact Report*.

Clow & Baack (2022) mengatakan bahwa di beberapa agensi, *Account Executive* bertugas untuk berkoordinasi dengan personel dalam agensi untuk memastikan iklan memenuhi spesifikasi atau kebutuhan klien. Selaras dengan

pernyataan tersebut, *Account Executive* di Hakuodo Jakarta juga memiliki tugas untuk berkoordinasi dengan tim internal agensi, memberi informasi yang berkaitan dengan proyek, dan memonitor progres perencanaan dan produksi dari sebuah proyek agar tetap dalam batasan yang diinginkan atau dibutuhkan oleh klien.

Berkaitan dengan pernyataan Clow & Baack (2022) mengenai peran *Account Executive* di dalam agensi periklanan, tugas dari seorang *Account Executive* di dalam berbagai jenis *meeting* adalah untuk menjaga perkembangan progres perencanaan iklan agar sesuai dengan apa yang diinginkan oleh klien dengan memberikan informasi berupa *update* atau *feedback* dari klien terkait proyek yang sedang berlangsung kepada tim kreatif dan *Strategic Planner*. Selain itu, *Account Executive* dibutuhkan di dalam berbagai *meeting* untuk mencatat setiap informasi penting yang ada, sehingga terdapat sebuah pedoman informasi yang membuat progres dari sebuah proyek tidak berjalan maju mundur. Dalam hal ini, *Account Executive Intern* bertugas untuk membantu tugas seorang *Account Executive* untuk mencatat poin-poin penting *meeting* di dalam bentuk *Contact Report* atau *point of discussion*, namun tidak diwajibkan untuk berkoordinasi dengan tim lainnya, karena hal tersebut masih menjadi kewajiban seorang *Account Executive*.

#### ***E. Supervisi Proses Produksi***

Di dalam proses pembuatan iklan, terdapat proses perencanaan, proses produksi, dan proses pasca produksi. Proses produksi iklan terdiri dari sesi produksi yaitu *shooting day*, dan dilanjutkan dengan tahap pasca produksi yang terdiri dari sesi *offline presentation*, *VO recording*, *color grading*, *online presentation*, dan *final mix*. Di dalam setiap tahapan produksi tersebut, *Account Executive* memiliki peran untuk memantau berjalannya proses produksi agar sesuai dengan kebutuhan klien, dan juga untuk menemani dan menjaga *mood* klien. Di dalam hal ini, *Account Executive Intern* memiliki peran untuk memastikan hal-hal yang sudah dicatat pada *pre-production meeting* dan



feedback klien lainnya tersedia atau dapat direalisasikan pada setiap tahap produksi.

Menurut Clow & Baack (2022, p. 142), proses produksi merupakan salah satu tahapan terpenting dalam pembuatan sebuah iklan, dan kapabilitas agensi dapat dilihat ketika proses produksi berlangsung. Di dalam tahapan produksi, kredibilitas dan kapabilitas agensi dapat dilihat dari bagaimana cara agensi menangani permintaan klien, berkoordinasi dengan *vendor* seperti *production house* dan fotografer, dan mewujudkannya menjadi sebuah iklan yang diinginkan oleh klien. Proses produksi iklan yang dimaksud Clow & Baack (2022) yang biasa dilakukan di HakuHodo Jakarta adalah proses produksi dari tahapan *shooting day* hingga *final mix*.

**SHOOTING SEQUENCE - HEMAVITON**  
No. 01 - Out Of 01 | Wednesday 31 January 2024

hemaviton HODRA HAKUHODO  
JAKARTA

Exc. Produser RANI RAUF Producer NUNGSE LP CHINTANA PA TOMMY Talco PIPIET ATD UCHY  
Art Director EKI BURHAN Wardrobe NANIK Make Up HEIDY Director of Photography ROBBIE TASWIN Director ANGGURS

LOCATION	IMPORTANT NUMBER	SUNRISE & SUNSET	MEALS	TALENT CALL	CREW CALL
FALFEST UI	UNIT PROD: DANIEL - 08507676202	05:55 AM - 06:17 PM Cloudy: a couple of morning thunderstorms followed by occasional rain and a thunderstorm in the afternoon	Breakfast at 05:00 Lunch at 11:30 Dinner at 18:00	MAUDY AYUNDA ON LOC 07:00   ON SET 06:30  ALL TALENTS ON LOC 05:30   ON SET 07:45	ON LOCATION 05.15  DIRECTOR 06.30 AGENCY/CLIENT 07.00

**Tumpengan 07.30 - 1st Camera Roll 08:40 AM - Est Wrap Time: Producer/Director Call**

DO NOT TAKE PICTURES / RECORD VIDEOS OF SHOOTING LOCATIONS OR CAST MEMBERS IN COSTUME AND SHARE IT WITH THIRD PARTIES OR TO SOCIAL MEDIA.  
DO NOT THROW GARBAGE, EAT, DRINK OR SMOKING ON SET. ALWAYS WEAR A MASK, WASH YOUR HANDS and MAINTAIN PHYSICAL DISTANCING.

NO	TIME	#FR	BOARD	DESCRIPTION / AUDIO	TALENT MAKE UP & WARDROBE	SPC EQUIPMENT PROPS / ART NOTES	SET / LOCATION PICTURES
1	08.40 S/d 09.00	7		7. Camera track back - Maudy tiba di lokasi conference sambil menacas dan menjawab pertanyaan dari wartawan yang menyombutnya dengan santai, dan terlihat juga graphic Mneemonic target on.	MAUDY AYUNDA #1 Wartawan & Reporter Extras Fans (15)	Mic Pans Camera DSLR Handphone Extras	
SET UP 30 min							
	09.30 S/d 09.50	5		5. Corel ahat camera pan transisi - terlihat Asisten Maudy memberikan komputer tablet dan earbuds dan terlihat juga graphic super 3D Mnevi PLUS. Camera bergeser transisi ke next frame.	MAUDY AYUNDA #1 ASISTEN	Tablet & Earbud	
SET UP 20 min							
3	10.10 S/d 10.25	4		4. Camera track in to CU Maudy - Mempertahakan graphic Mneemonic target on.	MAUDY AYUNDA #1		
SET UP 30 min							

Prep by NANDRAY S (1st AD)

Gambar 3.6 Contoh Dokumen *Breakdown Shot*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Di dalam memantau berjalannya proses produksi, catatan dari *pre-production meeting* dijadikan sebagai pedoman untuk memastikan seluruh komponen yang dibutuhkan di dalam iklan dapat direalisasikan. Selain itu, dokumen yang dijadikan sebagai pedoman untuk memastikan kelancaran

berjalannya tahap produksi adalah *breakdown shot* yang biasanya disediakan oleh pihak *production house*. Dari dokumen tersebut, *Account Executive* bersama *Account Executive Intern* dapat memastikan agar setiap komponen yang sudah disetujui pada *pre-production meeting* dapat direalisasikan dalam setiap *frame* iklan yang sedang diproduksi.

Selain memantau berjalannya proses produksi, *Account Executive* juga bertugas untuk menemani dan menjaga *mood* klien. *Account Executive* harus selalu siap untuk mengakomodir setiap hal yang dibutuhkan oleh klien saat proses produksi, seperti menjadi jembatan komunikasi antara pihak klien dengan pihak *production house* dan menyediakan makanan dan minuman untuk klien, agar klien tidak bosan dan tetap berada pada *mood* yang baik. Ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Belch & Belch (2021) bahwa *Account Executive* bertanggung jawab untuk memahami kebutuhan klien, termasuk dalam mengoordinasi proses perencanaan dan produksi iklan yang sesuai dengan kebutuhan klien. Tim *Account* harus siap dalam mengakomodir setiap kebutuhan klien, termasuk dalam hal mengomunikasikan setiap *concern* klien di tahap produksi kepada pihak terkait seperti *production house* atau *vendor* lainnya, agar hasil dari produksi iklan dapat memenuhi kebutuhan dari klien. Hal ini menjadi salah satu tanggung jawab tim *Account* yang harus dilakukan untuk menjaga kredibilitas dan kapabilitas agensi di dalam proses produksi, sesuai dengan apa yang dikatakan oleh Clow & Baack (2022) mengenai pentingnya proses produksi iklan dan kapabilitas agensi dalam proses produksi.

### **3.2.3 Kendala Utama**

Kendala utama dalam proses kerja magang sebagai *Account Executive Intern* di Hakuodo Jakarta terdapat pada bidang pekerjaannya. Di mata kuliah *Account Planning & Management* yang menjadi dasar ilmu utama seorang *Account Executive* diajarkan bahwa seorang *Account Planner* bertugas untuk mencari *insight* dan menyusun strategi untuk pengembangan ide iklan. Namun, pada realitanya seorang *Account Executive* memiliki tugas yang berkaitan dengan *Client Service*. Hal ini menyebabkan dialaminya sejumlah kebingungan di awal program

kerja magang terkait apa saja yang seharusnya dilakukan oleh seorang *Account Executive Intern*.

Hal ini ditambah dengan tidak adanya sebuah program pelatihan yang diberikan oleh HakuHodo Jakarta kepada peserta magang terkait tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab dalam program kerja magang. Oleh karena itu, terjadi kendala untuk memahami setiap tugas dan tanggung jawab dalam kerja magang, karena antara apa yang diajarkan dalam mata kuliah *Account Planning & Management* dengan realita pekerjaan seorang *Account Executive* berbeda. Hal tersebut juga membuat sedikit terhambatnya pengerjaan penugasan pada kerja magang, karena beberapa penugasan seperti *Contact Report* dan *Job Request* harus dipelajari dari awal, namun juga dikejar oleh *deadline* yang singkat.

#### **3.2.4 Solusi**

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut adalah dengan menggunakan waktu senggang di tengah proses kerja magang dan juga waktu setelah jam kerja magang untuk mempelajari cara pembuatan *Contact Report* dan *Job Request* yang baik dan benar. Diberikan beberapa contoh *Contact Report* dan *Job Request* dari pembimbing lapangan sehingga contoh tersebut dapat dipelajari dan dijadikan sebagai pedoman untuk pembuatan dokumen selanjutnya.

Selain itu, dilakukan juga asistensi bersama pembimbing lapangan saat pembuatan *Contact Report* dan *Job Request* untuk mengetahui sekiranya apakah ada hal yang dapat diperbaiki atau tidak, sehingga dapat diketahui apakah pembuatan *Contact Report* dan *Job Request* sudah sesuai dengan standar perusahaan atau belum. Tidak lupa, dilakukan juga diskusi seputar tugas seorang *Account Executive* agar dapat dipahami mengenai tugas seorang *Account Executive* secara menyeluruh.