

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

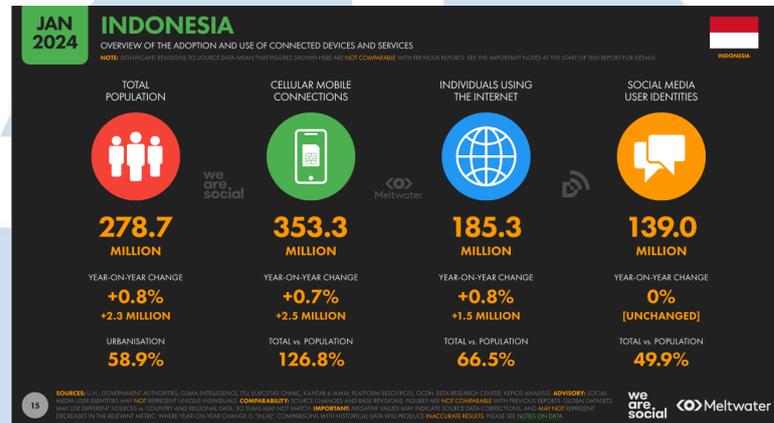
Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia telah mengubah cara bisnis beroperasi dan berkomunikasi kepada konsumen. Telah saatnya perusahaan-perusahaan untuk melakukan perubahan dan memanfaatkan teknologi untuk tetap bersaing. Menurut buku “*Digital Transformation: An Overview of the Current State of the Art of Research*”, integrasi ini hanya dapat tercapai secara efisien melalui proses digital dan alat kolaboratif. Maka dari itu, transformasi digital atau yang disebut digitalisasi yang terus meningkat menjadi salah satu aspek penting bagi manusia untuk terus berkembang khususnya di perspektif bisnis (Kraus et al., 2021).

Fenomena digitalisasi mengubah dan mempengaruhi bagaimana cara berkomunikasi oleh perusahaan kepada konsumennya. Berbagai industri mencoba untuk beradaptasi di era yang terus berkembang ini untuk bertahan dan berkompetisi. Percobaan untuk berinovasi terus dilakukan agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan posisi pasar yang kompetitif (Kraus et al., 2021).

Dengan banyaknya perusahaan yang ingin melakukan komunikasi dengan memanfaatkan teknologi digital, kehadiran agensi pemasaran digital menjadi sangat krusial bagi mereka. Agensi pemasaran digital berfokus dalam melakukan komunikasi menggunakan platform digital. Maka dari itu, agensi pemasaran digital berperan penting dalam menganalisis, merancang, mengelola, dan mengeksekusi komunikasi yang ingin disampaikan oleh perusahaan lain yang disebut sebagai klien. Salah satu aspek penting dalam melakukan komunikasi digital adalah peran internet yang dapat menghubungkan pengirim pesan dan konsumen.

Berdasarkan We Are Social, di akhir bulan Januari 2024, dari 278,7 juta total populasi di Indonesia, 66.5% di antaranya merupakan pengguna internet dan naik

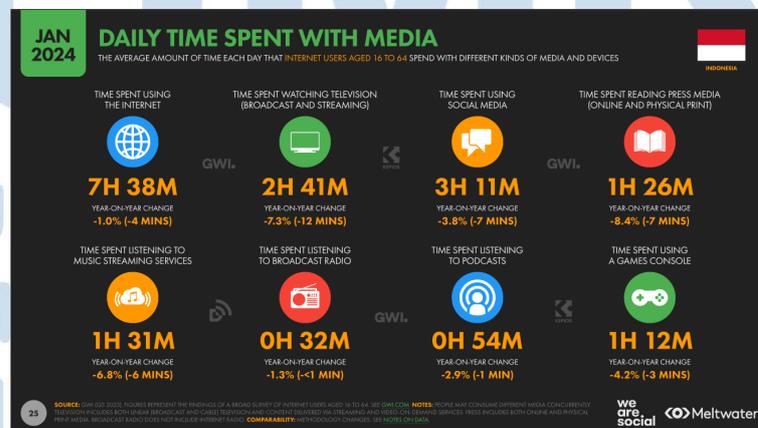
sebesar 1,5 juta pengguna dari tahun sebelumnya (We Are Social, 2024). Ini pun menjadi salah satu alasan utama penyebaran informasi dan industri periklanan beralih dari media konvensional ke media digital untuk tetap bertahan dan bersaing.



Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia Awal Tahun 2024

Sumber: We Are Social (2024)

Terhubungnya pengguna teknologi melalui koneksi internet menjadi mudahnya pertukaran informasi terjadi. Masyarakat yang awalnya mengandalkan media konvensional seperti TV dan media cetak beralih ke media digital untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Ini dapat dibuktikan dengan data di bawah, bahwa penggunaan internet untuk mengakses media mencapai 7 jam 38 menit per harinya. Sedangkan penggunaan media konvensional berada di bawah 3 jam per harinya (We Are Social, 2024). Ini menjadi salah satu bukti kuat bagi bisnis yang ingin melakukan komunikasi melalui media digital.



Gambar 1.2 Penggunaan Berbagai Jenis Media Sehari-hari di Indonesia

Sumber: We Are Social (2024)

Dengan kemudahan yang diberikan teknologi internet dalam menyebarkan informasi, banyak pula oknum yang menyebarkan informasi yang salah, mau sengaja atau tidak. Maka dari itu, menggunakan media digital juga bukan hal yang mudah untuk melakukan komunikasi. Hal ini dirasakan oleh banyak perusahaan yang ingin berkomunikasi dengan konsumen, namun mereka bukan ahli di bidang tersebut. Dibutuhkan partner yang mempunyai keahlian dalam melakukan komunikasi tersebut, yang merupakan sebuah agensi pemasaran digital. Klien membutuhkan jasa dari agensi digital untuk mencapai objektif tertentu dari perusahaan seperti contohnya kesadaran merek atau penjualan (Andrews & Shimp, 2018).

Salah satu posisi yang berada di agensi pemasaran digital yang memiliki peran penting dalam memastikan tidak ada salah informasi dalam berkomunikasi di media digital adalah *account executive*. Seorang *account executive* memiliki tugas untuk menjadi penghubung antara tim di agensi dan klien. Menangani dan mengatur segala proyek yang dapat disediakan oleh agensi dan permintaan klien (Rungsub, 2018). Seorang *account executive* merupakan pusat informasi dari klien dan tim agensi yang mengharuskan *account executive* untuk tidak boleh salah atau kurang sedikit pun menerjemahkan pesan dari klien.

Kata *account* dikenal dekat dengan uang dalam perusahaan, namun peran seorang *account executive* tidak hanya penting soal mengelola uang. Dengan berhubungan langsung dengan pihak klien, peran seorang *account executive* menjadi krusial karena menjadi muka dari pihak agensi. Jika *account executive* salah dalam menurunkan *brief* dari klien, itu merupakan salah dari *account executive*. Namun, jika tim kreatif salah dalam mengeksekusi *brief* dari klien, dan pihak klien memarahi agensi, itu juga salah dari *account executive*. Hal ini dikarenakan sebelum konten *final* dikirim ke klien, *account executive* harus memeriksanya apakah sudah sesuai dengan *brief* klien di awal. Lalu, seorang

account executive juga tidak boleh menyalahkan tim kreatif ke klien karena melakukan itu hanya akan merugikan satu agensi.

Agensi digital sudah dipastikan akan bertumbuh dan berkembang dengan pesat kedepannya. Perusahaan menggunakan media digital untuk menyebarkan informasi mengenai produk dan jasa yang mereka tawarkan (Katz, 2022). Salah satu agensi periklanan asal Indonesia yang mampu menunjukkan karya-karya yang luar biasa dan dapat beradaptasi di era yang terus berubah ini adalah *Future Creative Network* (FCN). Didirikan sejak tahun 2016 di industri kreatif dengan nama awal *Flock Creative Network* yang kini sudah memiliki 43 anak perusahaan dengan lebih dari 1000 karyawan dan 250 klien (Future Creative Network, 2024). Salah satu anak perusahaan agensi *Future Creative Network* yang merupakan agensi pemasaran digital terkemuka di Indonesia adalah Orlange.

Orlange, sebuah agensi pemasaran digital yang siap menyediakan berbagai jasa periklanan. Didirikan sejak tahun 2013 oleh Victor Hartanto berdiri sebagai agensi independen yang menjadi agensi pemasaran digital terkemuka di Indonesia. Jasa yang disediakan Orlange antara lain adalah *social media marketing, digital production & development, digital content production & development, community management, creative design, dan digital communication*.

Sampai di tahun 2021, Orlange mendapatkan pendanaan dan bergabung dengan *Future Creative Network* (FCN) untuk mendirikan sebuah digital *powerhouse* yang bernama *ALVA Holding Group*, bersama beberapa agensi seperti Olround, Froyo *Story*, dan Maleo. Tujuan dari berdirinya *ALVA Holding Group* oleh FCN dan 4 digital agensi ini adalah fokus untuk membangun dan memperluas jaringan dengan kumpulan agensi yang berbeda dengan spesialisasi yang bervariasi di bidang digital (Hidayat, 2021).

Dengan latar belakang seperti di atas, pemangag menyadari bahwa teknologi informasi dan komunikasi merupakan aspek penting dalam berbagai bidang. Pengaplikasian media digital juga menjadi langkah utama untuk perusahaan mengomunikasikan objektif mereka yang akan dilakukan oleh agensi pemasaran digital. Dalam sebuah agensi pemasaran digital terdapat beberapa departemen

utama yang penting untuk dimiliki seperti departemen *account*. Terdiri dari *business director*, *associate account director*, *account manager*, dan *account executive*. Dalam menjalankan tugasnya, *account executive* (AE) memiliki peran yang penting dan krusial di Orlange agensi pemasaran digital.

Peran seorang *account executive* di Orlange tidak hanya sebatas menjadi jembatan antara tim dan klien yang sudah ada, *account executive* juga bertugas mencari klien baru atau yang disebut *pitching* dan memastikan kepuasan klien sejalan dengan nilai-nilai yang ada di agensi. Tidak hanya klien, *account executive* juga harus memastikan beban kerja tim internal tidak berlebihan. Lalu, menjadi konsultan bagi klien dengan memberikan solusi terbaik untuk strategi pemasaran yang efektif dan efisien. *Account executive* harus berkomunikasi dengan seluruh tim, merancang strategi dan bekerja sama dengan tim internal untuk menghasilkan strategi kampanye yang berhasil. Dengan begitu, laporan ini akan menjelaskan mengenai aktivitas *Account Executive* dalam praktik kerja magang di PT JINGGA KREASI MULTIGUNA – Orlange sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan aktivitas pelaksanaan kerja magang (*internship*) yaitu program dari Universitas Multimedia Nusantara yang wajib sebagai ketentuan mendapatkan gelar S1 pada program studi Ilmu Komunikasi. Maksud dan tujuan penulis melakukan aktivitas kerja magang sebagai *Account Executive Intern* di Orlange adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui aktivitas dan proses kerja seorang *Account Executive* di sebuah agensi pemasaran digital.
2. Mengasah *hard skills* terutama *digital marketing* dan penggunaan *tools* koordinasi.
3. Mengasah *soft skills* terutama kemampuan untuk berkomunikasi, pemecahan masalah, kolaborasi tim, dan manajemen waktu.
4. Memperluas koneksi dan menambah pengalaman dengan para profesional yang bekerja di bidang agensi pemasaran digital.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas praktik kerja magang penulis sebagai *Account Executive Intern* di Orlange berlangsung dari tanggal 9 Januari 2024 sampai 30 April 2024. Tanggal ini sesuai dengan surat kontrak yang diberikan perusahaan dan sesuai dengan jam kebutuhan kampus.

Jam magang dimulai dari jam 9:00-19:00 WIB tergantung kebutuhan dan kesibukan di hari kerja. Bekerja secara WFO dan WFH dapat dikoordinasi dengan user sesuai kebutuhan dan kesibukan di hari kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via *onsite* pada tanggal 13 Desember 2023 di *Function Hall* gedung A.
- 2) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 109 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Mengisi dan mengajukan KM-01 melalui pengisian *Google Form* di email untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan.
- 4) Mendapatkan balesan surat pengantar magang (KM-02) sebagai persetujuan KM-01 oleh Kepala Program Studi dan mendapatkan *cover letter* yang dapat dikirimkan ke FCN Digital – Orlange.
- 5) Mengirimkan *cover letter*, *creative portfolio* dan menjalani *interview* dengan *human resource* dan user di FCN Digital – Orlange.
- 6) Mendapatkan kabar baik yaitu diterima di FCN Digital – Orlange dengan posisi *Account Executive Intern*.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Mengirimkan CV, *cover letter*, dan *creative portfolio* kepada pihak FCN Digital – Orlange pada 28 Desember 2024.

- 2) Menjalani *interview* dengan *human resource* dan user di FCN Digital – Orlange pada 5 Januari 2024.
- 3) Mendapatkan kabar bahwa penulis diterima di FCN Digital – Orlange dengan posisi *Account Executive Intern* pada 5 Januari 2024.
- 4) Memulai praktik kerja magang di FCN Digital – Orlange pada tanggal 9 Januari 2024 sampai 9 April 2024.
- 5) Diperpanjang kontrak magang dari Orlange hingga 30 April 2024.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Account Executive Intern* di FCN Digital – Orlange, PT Jingga Kreasi Multiguna.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Account Manager* Carissa Andhini Pranaya, *Associate Account Director* Annisa Muharammi, dan *Account Executive* Yohanes Stephen selaku pembimbing lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Theresia Lavietha Vivrie Lolita selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Grup Line, Zoom, dan pertemuan luring.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.