

**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI FUTURE CREATIVE
NETWORK (FINCH AGENCY)**



LAPORAN MAGANG

CHANDRA WIRYANANDA SUTANTRA WIDJOJO

00000555176

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI FUTURE CREATIVE
NETWORK (FINCH AGENCY)**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

CHANDRA WIRYANANDA SUTANTRA WIDJOJO

00000055176

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Chandra Wiryananda Sutantra Widjojo

Nomor Induk Mahasiswa 00000055176

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI FUTURE CREATIVE NETWORK (FINCH AGENCY)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Chandra Wiryananda Sutantra Widjojo)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN *ACCOUNT EXECUTIVE* DI *FUTURE CREATIVE NETWORK* (*FINCH AGENCY*)

Oleh

Nama : Chandra Wiryananda Sutantra Widjojo

NIM : 00000055176

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 Juni 2024

Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Hanif Suranto, S.Ikom, M.Si.

NIDN 0306027102

Drs. Asep Sutresna, M.A.

NIDN 0307126303

Pembimbing



Hanif Suranto, S.Ikom, M.Si.

NIDN 0306027102

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.25
21:11:14 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chandra Wiryananda Sutantra Widjojo

NIM : 00000053790

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI FUTURE CREATIVE NETWORK
(FINCH AGENCY)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Chandra Wiryananda Sutantra Widjojo)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI FUTURE CREATIVE NETWORK (FINCH AGENCY) dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

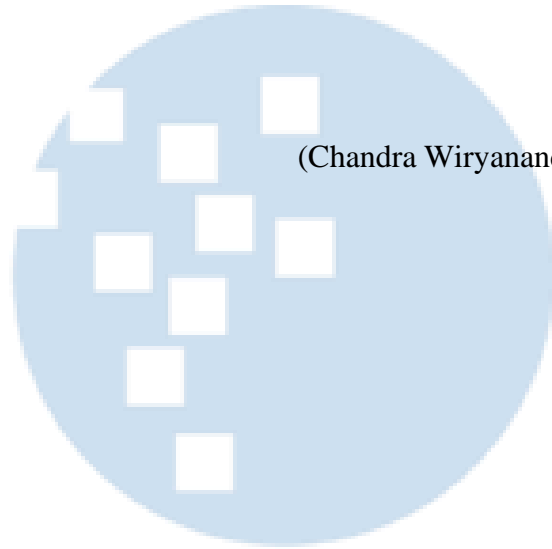
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Ikom, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan membantu saya dalam menyusun laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Mentor saya Adrian Salim dan tim departemen *account* yang telah membimbing dan membantu saya selama praktik magang di Finch Agency.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Chandra Wiryananda Sutantra Widjojo)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN ACCOUNT EXECUTIVE DI FUTURE CREATIVE NETWORK (FINCH AGENCY)

Chandra Wiryananda Sutantra Widjojo

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang terus berkembang membuat *advertising agency* masuk ke ranah digital untuk memenuhi kebutuhan klien di era modern dikarenakan perubahan perilaku konsumen yang semakin banyak menghabiskan waktu di internet. Praktik kerja magang ini bertujuan untuk mengetahui peran dari *Account Executive* di sebuah *advertising agency* dalam menyusun strategi, memimpin proyek dalam internal, memantau proses kreatif untuk menjawab *objective* klien, mengeksekusi dan mengevaluasi suatu *campaign*. Perusahaan tempat magang merupakan *Finch Agency* bagian dari *Future Creative Network*, sebuah *advertising agency* ATL dan digital yang telah memenangkan berbagai penghargaan pada Citra Pariwisata. Penulis melakukan praktik magang sebagai *account executive* dalam departemen *account*. Dalam sebuah *advertising agency*, *account executive* berperan sebagai penghubung antara klien dengan tim *internal agency*. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep *role of account executive* dari (Clow & Baack, 2022), *competitor review* dari (Schlegelmilch & Winer, 2021), konsep *creative brief* dari (Shimp & Andrews, 2017), teori komunikasi dua tahap (Morissan, 2021), dan teori *Customer Relationship Management* (Alma, 2012). Kendala utama yang ditemukan adalah penulis tidak berhubungan langsung dengan klien sehingga menghambat penerimaan informasi dari klien. Setelah melakukan praktik magang selama 640 jam, kesimpulan yang didapat adalah peran *account executive* sangat penting untuk mengomunikasikan seluruh keinginan dan kebutuhan klien kepada tim *internal agency* dengan baik untuk menghasilkan *output creative* yang maksimal.

Kata kunci: *Account Executive*, Agensi Periklanan, Finch

THE ROLE OF AN ACCOUNT EXECUTIVE AT FUTURE CREATIVE NETWORK (FINCH AGENCY)

Chandra Wiryananda Sutantra Widjojo

ABSTRACT

The continuous advancement of technology has led advertising agencies to enter the digital realm to meet the needs of clients in the modern era, driven by changing consumer behavior as more time is spent on the internet. This internship aims to understand the role of an Account Executive at an advertising agency in formulating strategies, leading internal projects, overseeing the creative process to meet client objectives, executing, and evaluating campaigns. The internship was conducted at Finch Agency, part of Future Creative Network, an advertising agency specializing in both ATL and digital, which has won several awards at Citra Pariwara. The author interned as an Account Executive within the account department. In an advertising agency, the Account Executive acts as a liaison between the client and the internal agency team. The concept used in this internship report is the role of account executive (Clow & Baack, 2022), competitor review concept from (Schlegelmilch & Winer, 2021), creative brief concept from (Shimp & Andrews, 2017), two step flow communication theory from (Morissan, 2021), and Customer Relationship Management theory from (Alma, 2012). The main challenge encountered was the lack of direct interaction with clients, which hindered the reception of information from them. After completing 640 hours of internship, it was concluded that the role of the Account Executive is crucial in effectively communicating all client desires and needs to the internal agency team to produce optimal creative outputs.

Keywords: Account Executive, Advertising Agency, Finch

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang | 5 |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang | 6 |
| 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang | 6 |
| 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang..... | 6 |
| BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI..... | 8 |
| 2.1 Tentang <i>Future Creative Network & Finch Agency</i> | 8 |
| 2.2 Visi Misi <i>Future Creative Network</i> | 10 |
| 2.3 Struktur Organisasi <i>Finch Agency</i> | 10 |
| BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG | 13 |
| 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang..... | 13 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.2 | Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang..... | 14 |
| 3.2.2 | Uraian Pelaksanaan Kerja Magang | 15 |
| 3.2.3 | Kendala Utama..... | 31 |
| 3.2.4 | Solusi | 31 |
| BAB IV SIMPULAN DAN SARAN | | 32 |
| 4.1 | Simpulan | 32 |
| 4.2 | Saran..... | 33 |
| 4.2.1 | Saran untuk Perusahaan | 33 |
| 4.2.2 | Saran untuk Universitas | 33 |
| 4.2.3 | Saran untuk Mahasiswa | 34 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 35 |



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Account Executive

14



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

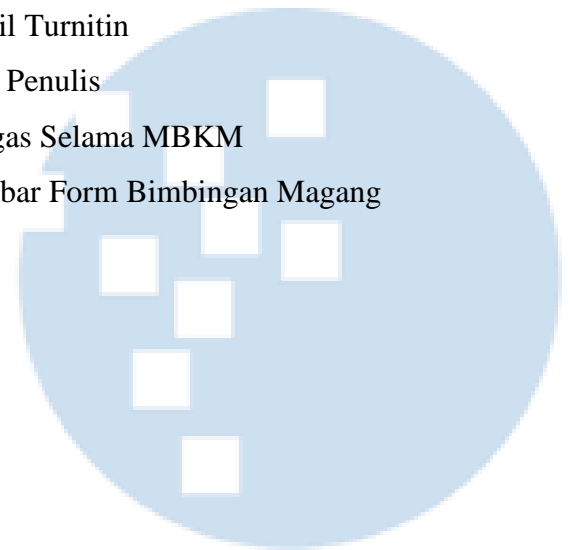
DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia | 2 |
| Gambar 1.2 Durasi Penggunaan Internet di Indonesia | 3 |
| Gambar 2.1 Penghargaan Advertising Agency Of The Year 2018 | 8 |
| Gambar 2.2 Penghargaan Future Creative Network pada 2023 | 9 |
| Gambar 2.3 Logo Finch Agency | 9 |
| Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Finch Agency | 11 |
| Gambar 3.1 Analisis Competitor Review XL | 16 |
| Gambar 3.2 Analisis Brand Klien Pada Channel Digital | 17 |
| Gambar 3.3 Analisis Konten Media Sosial Kompetitor GG Signature | 17 |
| Gambar 3.4 Analisis Konten Sosial Media Kompetitor Baby Happy | 18 |
| Gambar 3.5 Job Request Storyboard Mitsubishi Xforce | 20 |
| Gambar 3.6 Notes Hasil Regroup Meeting | 22 |
| Gambar 3.7 Minutes of Meeting Pitching Brand Baby Happy | 23 |
| Gambar 3.8 Deck Company Profile Taman Wisata Candi | 25 |
| Gambar 3.9 List KOLs Untuk Klien Gudang Garam Shiver | 26 |
| Gambar 3.10 List KOLs Untuk Klien Gudang Garam Signature | 27 |
| Gambar 3.11 Dokumentasi Proses Shooting Iklan | 28 |
| Gambar 3.12 Referensi Campaign Target Audience Ibu | 29 |
| Gambar 3.13 Referensi Integrated Ramadan Campaign | 30 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran A – Surat Pengantar MBKM (MBKM 01) | 37 |
| Lampiran B – Kartu MBKM (MBKM 02) | 38 |
| Lampiran C – Daily Task MBKM (MBKM 03) | 39 |
| Lampiran D – Lembar Verifikasi Laporan MBKM | 50 |
| Lampiran E – Surat Penerimaan MBKM (LoA) | 51 |
| Lampiran F – Hasil Turnitin | 52 |
| Lampiran G – CV Penulis | 53 |
| Lampiran H – Tugas Selama MBKM | 55 |
| Lampiran I – Lembar Form Bimbingan Magang | 56 |



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA