

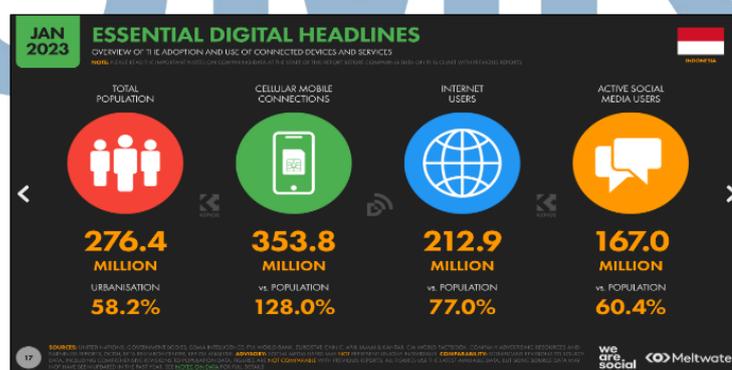
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang bergerak cepat, perusahaan tentu saja melakukan kerjasama serta menjalankan aktivitas Account Executive demi membangun hubungan yang baik dengan audiens. Akibat semakin meluasnya pengaruh internet dan penggunaan teknologi, Account Executive telah menjadi salah satu peran yang penting sebagai jembatan antar perusahaan dan klien untuk mencapai kepuasan penjualan perusahaan dan permintaan klien.

Sebelum munculnya era digital, pemasaran tradisional seperti iklan di televisi, radio, dan koran mendominasi lanskap periklanan. Namun, dengan perubahan pola perilaku konsumen yang lebih banyak beralih ke platform digital seperti media sosial, mesin pencari, dan situs web, perusahaan perlahan-lahan beralih ke strategi pemasaran digital. Perusahaan perlu melakukan berbagai strategi khususnya dalam bidang pemasaran dalam mencapai tujuan yang jelas. Dengan adanya aktivitas pemasaran yang jelas dan efektif maka tujuan tersebut dapat tercapai. Tidak hanya pemasaran namun sebagai Account Executive, ditugaskan untuk menjaga hubungan jangka Panjang dan melakukan kemitraan dengan klien. Peranan ini juga bertugas untuk menjadi perantara antar perusahaan dan tim kreatif dari perencanaan sampai pelaksanaan.



Gambar 1.1 Data Digital Indonesia Periode Januari 2023
Sumber: We are social report (2023)

Jika dilihat berdasarkan data berikut, hampir seluruh persentase masyarakat Indonesia sudah menggunakan internet dan aktif menggunakan media sosial. Pengguna internet yang ada di Indonesia sendiri sudah mencapai 212,9 juta. Persentase yang tinggi ini tentunya dipengaruhi oleh perkembangan era digital, memungkinkan adanya pertukaran informasi yang cepat. Tidak hanya penggunaan pribadi sehari-hari, tentunya angka ini mempengaruhi strategi perusahaan untuk menjangkau konsumen. Inilah alasan penggunaan strategi pemasaran produk atau jasa yang dipakai perusahaan untuk mencapai performa konsumen yang lebih luas.

KapanLagi Youniverse merupakan salah satu Perusahaan yang berfokus kepada media online. Awalnya Perusahaan ini dikenal dengan media KapanLagi.com namun sekarang sudah memperluas medianya dan sudah dimiliki oleh Surya Citra Media. Dengan tujuan awal yang sederhana, yaitu menghibur Masyarakat Indonesia, KapanLagi Youniverse berkembang menjadi salah satu media terbesar di Indonesia. Saat ini KapanLagi Youniverse sudah memiliki berbagai platform yang punya fokus berbeda-beda. Beberapa yang diciptakan adalah Fimela.com, Merdeka.com, Bola.net dan Otosia.com.

Sebagai platform hiburan terkemuka di Indonesia, KapanLagi Youniverse memiliki audiens yang besar dan beragam, yang dapat dijangkau secara efektif melalui strategi pemasaran digital dan mengumpulkan banyak ide kreatif. Melalui kampanye digital yang tepat, KapanLagi Youniverse dapat membantu meningkatkan kesadaran merek dari brand klien. Selain itu, dengan analisis data yang canggih serta pendekatan yang bertahap, KapanLagi Youniverse dapat memahami perilaku pengguna dengan lebih baik, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan meningkatkan retensi pengguna. Dengan demikian, peran Account Executive di KapanLagi Youniverse bukan hanya untuk mempromosikan konten dan layanan ke pihak klien, tetapi juga untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan mencapai tujuan bisnis yang lebih besar.

Penulis tertarik untuk mengikuti praktik kerja magang di KapanLagi Youniverse sebagai Account Executive, karena ingin mempelajari skema pemasaran digital serta komunikasi yang terjalin antar internal dengan klien. Penulis juga ingin berkontribusi pada keberhasilan kerjasama antara klien dan

perusahaan, yang salah satu kunci suksesnya berada pada strategi perusahaan memasarkan produk. Sehingga dengan belajar dan mendapat pengalaman sebagai Account Executive maka penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan, seperti melakukan presentasi dengan klien, melakukan perencanaan pemasaran serta mempelajari alur kerja secara nyata di lapangan.

Berada di dalam tim KapanLagi Youniverse yang sudah melakukan kerjasama dengan banyak brand, memberikan peluang untuk penulis mengasah *skill* dan membantu memperkenalkan aktivitas Account Executive di industri digital saat ini. Penulis menemukan hal menarik yaitu mendapatkan kesempatan secara langsung untuk menjalin kerjasama dan berkolaborasi antara pihak eksternal dan internal KapanLagi Youniverse. KapanLagi Youniverse merupakan Perusahaan yang terus meningkatkan kualitas hidup manusia melalui teknologi dan inovasi untuk mencerdaskan dan menyebarkan informasi yang terpercaya.

Dalam laporan magang ini penulis menggunakan konsep Account Executive Clow dan Baack (2022), Dimana seorang Account Executive diharuskan untuk mempunyai pengetahuan dan memahami klien serta produk perusahaan agar dapat melakukan pertemuan untuk menjual ide kreatif. Sebagai Account Executive, diharuskan untuk mempunyai objektif yang jelas, memiliki pengetahuan serta mengetahui apa saja kebutuhan dari klien serta proses kreatif yang nantinya akan ditawarkan oleh perusahaan. Nantinya, dari berbagai divisi seperti redaksi dan tim kreatif akan melakukan diskusi sehingga terwujudnya permintaan dari klien.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk menambah pengetahuan, pengalaman serta penerapan strategi dalam sebagai seorang Account Executive di perusahaan media digital. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui seputar aktivitas seorang Account Executive yang dilakukan oleh KapanLagi Youniverse.
2. Mengasah pengetahuan serta *soft skill* seperti *problem solving*, kreativitas dan negosiasi.

3. Menerapkan dan mengetahui fungsi media sosial dalam lingkup kerja Account Executive.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 22 Januari sampai 30 Juni 2024 dengan durasi seratus hari kerja atau delapan ratus jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Pelaksanaan kerja magang di KapanLagi Youniverse dilakukan dengan *hybrid*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
- 2) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 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) Mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada website Merdeka.umn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktek kerja magang diawali dengan mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan Portfolio kepada HRD KapanLagi Youniverse.
- 2) Dikontak oleh HRD KapanLagi Youniverse pada tanggal 12 Desember 2023 melalui Whatsapp.
- 3) Pengajuan KM-01 dilakukan 13 Desember 2023
- 4) Melakukan interview Bersama user pada tanggal 14 Desember 2023
- 5) KM-02 disetujui pada 08 Januari 2024
- 6) Proses penerimaan praktik kerja magang di Departemen Marketing dengan diberikan pesan lolos seleksi melalui Whatsapp HRD pada tanggal 27 Desember 2023 untuk melakukan kegiatan kerja magang yang dimulai pada tanggal 22 Januari 2024.
- 7) Mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 25 Januari 2024 yang ditanda tangani oleh HRD KapanLagi Youniverse.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Account Executive *Intern* pada Departemen Marketing.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung *Head Digital Marketing Solution* Farid Mardhi 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 Praktek Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Pak Ikhsan Mustafa Nur selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Google Meet.
- 2) Laporan praktek kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan magang yang sudah disetujui selanjutnya akan melalui proses sidang.