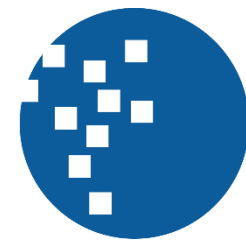


**AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* UNTUK MENARIK  
KLIEN POTENSIAL PT BRAND MEDIA INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**BRENDA**

**00000065456**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2025**

**AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* UNTUK MENARIK  
KLIEN POTENSIAL PT BRAND MEDIA INDONESIA**



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**BRENDA**

**00000065456**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Brenda  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065456  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* UNTUK MENARIK KLIEN POTENSIAL PT BRAND MEDIA INDONESIA**

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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Juni 2025



(Brenda)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

### **AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* UNTUK MENARIK KLIEN POTENSIAL PT BRAND MEDIA INDONESIA**

Oleh

Nama : Brenda  
NIM : 00000065456  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025

Pukul 08:00 s.d 09:00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



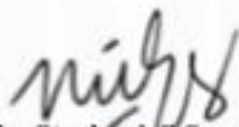
**Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.**  
NIDN 0405099105

Penguji



**Dr. Indriawan Seto Wahyuwibowo, M.Si.**  
NIDN 0308036601

Pembimbing



**Nicky Stephani, S.Sos., M.Si.**  
NIDN 0405099105

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



**Cendera Rizky Anugrah Bangun M.Si**  
NIDN 0304078404

## UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Brenda  
NIM : 00000065456  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
JenisKarya : Laporan Magang

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

### **AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* UNTUK MENARIK KLIEN POTENSIAL PT BRAND MEDIA INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan laporan MBKM saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Brenda)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:  
**“AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* UNTUK MENARIK  
KLIEN POTENSIAL PT BRAND MEDIA INDONESIA”**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun M.Si, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nicky Stephani, S.Sos., M.Si. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Rina Wijaya sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Magang Penelitian.
6. Rekan-rekan kantor di Brand Media Indonesia, Ibu Elli, Bapak Rompal, Ibu Atta, Ibu Olive dan seluruh anggota Department Brand Publishing yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih telah menerima saya dengan sangat baik dan selalu memberikan memberikan motivasi kepada saya selama menjalani masa magang ini.
7. Keluarga, terutama Mama yang senantiasa melimpahkan kasih sayang dan memberikan dukungan baik secara material maupun moral.

8. Teman-teman seperjuangan yang setia memberikan semangat, Chelsea Mariana, Margaretta, Mutiara Tania dan Tara Puspita untuk menyelesaikan laporan magang track 1 ini.

Besar harapan saya bahwa laporan magang ini dapat menjadi sumber inspirasi, motivasi, dan pengetahuan yang bermanfaat bagi para pembaca, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 25 Juni 2025



(Brenda)



# AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* UNTUK MENARIK KLIEN POTENSIAL PT BRAND MEDIA INDONESIA

Brenda

## ABSTRAK

Industri kreatif berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan brand akan strategi komunikasi digital yang inovatif dan relevan. Dalam konteks ini, peran *Account Executive* (AE) menjadi krusial sebagai penghubung antara perusahaan media dan klien potensial. Selama menjalani magang di PT Brand Media Indonesia, penulis menempati posisi sebagai *Account Executive* Intern di Divisi *Account & Business Development*, dengan tugas utama menjalin komunikasi awal dengan calon klien hingga pelaporan kampanye. Penulis juga terlibat dalam proses pencarian prospek, pembuatan pitch, serta koordinasi internal antar tim produksi dan strategis. Melalui pengalaman ini, penulis mempelajari pentingnya komunikasi strategis, pengelolaan relasi klien, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika industri kreatif. Selain itu, penulis juga memperoleh wawasan praktis tentang penerapan teori *Integrated Marketing Communication* dan *advertising* dalam situasi nyata. Kendala utama yang dihadapi adalah metode pencarian klien yang belum sistematis, namun dapat diatasi melalui inisiatif penggunaan *WhatsApp* dan bimbingan supervisor. Secara keseluruhan, kegiatan magang ini memberikan gambaran nyata mengenai peran AE dalam industri media digital serta menegaskan pentingnya sinergi antara teori akademik dan praktik lapangan.

**Kata kunci:** *Account Executive*, komunikasi pemasaran, prospek klien, industri kreatif.

# **AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* UNTUK MENARIK KLIEN POTENSIAL PT BRAND MEDIA INDONESIA**

Brenda

## ***ABSTRACT (English)***

The creative industry has grown rapidly in line with the increasing demand for innovative and relevant digital communication strategies. In this context, the role of an Account Executive (AE) is crucial as a liaison between media companies and potential clients. During the internship at PT Brand Media Indonesia, the author served as an Account Executive Intern in the Account & Business Development Division, with responsibilities ranging from initiating communication with potential clients to reporting campaign performance. The author was also involved in prospecting, pitch creation, and internal coordination between production and strategic teams. Through this experience, the author gained insights into strategic communication, client relationship management, and the ability to adapt to the dynamics of the creative industry. In addition, the internship provided practical understanding of how Integrated Marketing Communication and advertising theories are applied in real-world settings. One of the main challenges faced was the lack of a systematic client acquisition method, which was overcome through WhatsApp-based outreach and supervisor guidance. Overall, this internship offered a concrete perspective on the AE role in the digital media industry and emphasized the importance of aligning academic theory with industry practice.

**Keywords:** *Account Executive*, marketing communication, client prospecting, creative industry

## DAFTAR ISI

|                                                                                  |             |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>                                          | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>                                                        | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS</b> | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b>                                                            | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK</b>                                                                   | <b>vi</b>   |
| <b><i>ABSTRACT</i></b>                                                           | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b>                                                                | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b>                                                              | <b>10</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b>                                                             | <b>11</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                                                           | <b>12</b>   |
| <b>BAB I</b>                                                                     |             |
| <b>PENDAHULUAN</b>                                                               | <b>13</b>   |
| <b>1.1 Latar Belakang</b>                                                        | <b>13</b>   |
| <b>1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang</b>                                        | <b>13</b>   |
| <b>1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</b>                           |             |
| 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang                                             |             |
| 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang                                          | <b>13</b>   |
| <b>BAB II</b>                                                                    |             |
| <b>2.1 Profil Perusahaan</b>                                                     |             |
| <b>2.1 Visi dan Misi</b>                                                         |             |
| 2.1.1 Visi                                                                       |             |
| 2.1.2 Misi                                                                       | <b>14</b>   |
| <b>2.2 Struktur Organisasi Perusahaan</b>                                        | <b>14</b>   |
| <b>BAB III</b>                                                                   |             |
| <b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>                                                  | <b>15</b>   |
| <b>3.1 Kedudukan dan Koordinasi</b>                                              | <b>15</b>   |

|                                               |                              |
|-----------------------------------------------|------------------------------|
| <b>3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang</b>      |                              |
| <b>3.2.1 Tugas Kerja Magang</b>               | <b>15</b>                    |
| <b>3.3 Kendala yang Ditemukan</b>             | <b>15</b>                    |
| <b>3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan</b> | <b>15</b>                    |
| <b>BAB IV</b>                                 |                              |
| <b>SIMPULAN DAN SARAN</b>                     | <b>16</b>                    |
| <b>4.1 Simpulan</b>                           | <b>16</b>                    |
| <b>4.2 Saran</b>                              | <b>16</b>                    |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                         | <b>17</b>                    |
| <b>LAMPIRAN</b>                               | Error! Bookmark not defined. |



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Data Uraian Kerja Magang

**Error! Bookmark not defined.**



## DAFTAR GAMBAR

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Logo Brand Media Indonesia                | 19 |
| Gambar 2.2 Klien Perusahaan                          | 21 |
| Gambar 2.3 Struktur Department                       | 23 |
| Gambar 2.4 Struktur Department Penulis               | 23 |
| Gambar 3.2 Data Excel Prospek Klien                  | 28 |
| Gambar 3.3 Data Excel Prospek Klien                  | 29 |
| Gambar 3.4 Brand Media Indonesia 360 Credentials     | 33 |
| Gambar 3.5 Konten Regular dari Chef GunGun Handayana | 39 |
| Gambar 3.6 MoM Klien Unilever Food Solution          | 40 |