

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Marketing atau pemasaran adalah serangkaian proses kegiatan yang dilakukan untuk memasarkan produk atau mengenalkan produk kepada masyarakat dengan berbagai macam cara dan strategi. Dalam dunia Marketing memiliki jangkauan yang luas, hampir seluruh aktivitas terutama dalam melakukan aktivitas bisnis sangat memerlukan divisi atau bagian marketing. Dalam Sales Department & Marketing terdapat bagian *Account Executive*. Dalam sebuah bisnis, tentunya perlu ada penghubung antara perusahaan dan klien yang ditargetkan. Dalam beberapa industri, *Account Executive* berperan untuk menjadi jembatan antara keinginan perusahaan dan keinginan klien. *Account Executive* juga turut berperan untuk merencanakan dan mengerjakan proyek klien. Karena itu, seorang *Account Executive* harus bisa bertanggung jawab penuh, dan bisa membuat tujuan yang baik serta Dapat bertanggung jawab penuh karena tentunya ia dipercayakan klien untuk menangani segala hal yang berkaitan hingga goal-nya terpenuhi sesuai perjanjian.

*Account Executive* berperan untuk memberi penawaran tempat beriklan kepada calon klien agar mau memasang iklan pada media cetak yang di tawarkan. Penawaran itu berkaitan tentang pemasangan iklan di space media cetak oleh para klien. Pemasangan iklan yang di tawarkan mempunyai beraneka ragam jenis space dari space pemasaran produk atau jasa, maupun sebuah ucapan greeting. Peran *Account Executive* memang sangat vital dalam media cetak, yaitu untuk mencari klien-klien tersebut untuk kelangsungan hidup perusahaan mereka. Pemasaran pada dasarnya adalah suatu proses komunikasi yang bertujuan untuk menawarkan jasa atau produk agar di minati oleh klien. Maka perusahaan akan memiliki program-program pemasaran yang tangguh pula. Jika tidak mampu, maka upaya apapun untuk memasarkan pemasangan iklan tidak akan sesuai dengan tujuan program.

Di era yang serba *Digital* saat ini sangat mempengaruhi media periklanan konvensional, banyak orang yang kini lebih memilih *social media* sebagai wadah/sarana untuk beriklan karna dinilai lebih mudah dan praktis. Diantara sekian banyak media periklanan Konvensional yang mengalami kemuduran. *Billboard* salah satu media konvensional yang masih banyak diminati oleh para pebisnis-pebisnis kalangan menengah keatas. *Billboard* sendiri merupakan media periklanan luar ruang yang menggunakan papan reklame yang cukup besar sehingga mudah untuk dilihat oleh orang, dan penempatan *Billboard* sendiri biasanya ditempat yang cukup strategis guna menarik calon target pelanggannya dari lokasi yang sudah ditetapkan. Namun

dengan kecanggihan teknologi pula *Billboard* menjadi beragam dengan inovasi yang semakin baru salah satunya adalah HUBI atau *Human Billboard* merupakan *Billboard* berjalan dimana *Billboard* yang digunakan lebih kecil dari *Billboard* pada umumnya dan dibawa oleh seseorang yang disebut *walker*, yang diciptakan oleh Direktur PT. Kasibah Kasyif yang bernama Ferri Laksamana beliau memiliki cita-cita memiliki media platformnya sendiri yang dapat digunakan untuk beriklan karena baginya Agensi iklan belum dapat disebut berhasil atau sukses apabila belum bisa menciptakan medianya sendiri yang dapat ditawarkan ke klien maupun calon klien. HUBI merupakan inovasi pertama di Indonesia yang menawarkan media baru dalam beriklan karenanya menjadi tantangan *Account executive* di PT. Kasibah Kasyif bagaimana mempublikasikan HUBI kepada khalayak masyarakat.

Dalam kegiatan publikasi HUBI tentunya tidak lepas dari tanggung jawab dan tugas seorang *Account Eksekutive* dalam mencari klien untuk beriklan menggunakan media baru yang ditawarkan oleh PT, Kasibah Kasyif.

Selama kuliah kerja praktek di PT. Kasibah kasyif saya selaku penulis ditempatkan sebagai *junior Account Eksekutif* dimana saya di bimbing langsung oleh atasan saya, penulis melaksanakan kuliah kerja praktek di PT. Kasibah kasyif selama tiga bulan. Banyak hal yang menjadi job desk saya mulai dari mencari informasi mengenai klien, telemarketing, hingga meeting dengan klien. Dari latar belakang ini penulis ingin menguraikan bagaimana peran dari account eksekutif di

PT. Kasibah kasyif untuk dijadikan laporan kuliah kerja praktek (KKP) dengan judul **“Peran Account Eksekutif Saat Memaparkan Brand Hubi (Human Billboard) Pada PT. Kasibah Kasyif “**

## 1.2 Topik Laporan Kuliah Kerja Praktek

Penulis mengajukan Bab 1 mengenai prospek kerja Account Excecutive dalam memaparkan brand HUBI kepada klien maupun calon klien. Topik yang dipilih dari hasil laporan praktik kerja lapangan ini merupakan hal-hal yang berkaitan dengan Telemarketing untuk mempromosikan HUBI. Dalam melakukan tugasnya tentukan seorang Account Excecutive dapat memilah serta menargetkan klien yang akan diajukan.

### **1.3 Tujuan Kerja Praktek**

Tujuan Praktik kerja lapangan yang saya selaku penulis lakukan di PT. Kasibah Kasyif adalah:

1. Mendapatkan Pengalaman Langsung menjadi seorang Account Executive di PT. Kasibah Kasyif.
2. Sebagai sarana untuk membangun relasi dan menambahkan link di ruang lingkup pekerjaan.

### **1.4 Manfaat Kerja Praktek**

#### **1.4.1 Secara Toristis**

Secara Teoristis, Praktik kerja lapangan ini berguna sebagai syarat untuk pemenuhan nilai praktek kerja lapangan program studi strata 1 Ilmu Komunikasi. Sekaligus untuk bahan refensi mahasiswa Marketing dalam mengerjakan KKP. Dalam penyusunan Laporan KKP ini, manfaat yang dirasakan saya selaku penulis yaitu menambah wawasan dan pengalaman saya mengenai profesi Account Eksekutif di lapangan.

#### **1.4.2 Secara Praktis**

Secara praktis, manfaat praktek kerja lapangan ini berguna untuk pembelajaran serta menambah pengetahuan saya dalam menghadapi dunia kerja yang sebenarnya dengan terjun langsung sebagai Account eksekutif di media periklanan sesuai dengan bidang peminatan yang diambil yaitu Marketing Komunikasi. Penulis juga bisa belajar bagaimana memaparkan suatu brand hingga dapat membuat kesepakatan dengan klien.