

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Pada dasarnya suatu perusahaan atau pengiklan melakukan kegiatan periklanan bertujuan untuk memberikan informasi dan meningkatkan penjualan. Banyak persaingan antara produk barang atau jasa yang satu dengan lainnya membuat para pengiklan cenderung melakukan kegiatan periklanan. Mengingat biaya yang dikeluarkan tidak sedikit, para pengiklan pun tidak hanya asal beriklan atau pensponsoran suatu kegiatan.

Pensponsoran yang dilakukan dengan berbagai macam cara ada yang menggunakan pensponsoran untuk membantu suatu kegiatan dan juga menonjolkan keramah tamahan. Seperti halnya yang dilakukan oleh NUVO, NUVO merupakan sebuah produk sabun kesehatan yang berada dalam naungan PT. Sayap Mas Utama. NUVO mempunyai pensponsoran di beberapa media, salah satunya menggunakan media *bellow the line*.

Cara yang dilakukan NUVO untuk melakukan pensponsoran *bellow the line* yaitu dengan mensponsori liga bola basket tahunan di Indonesia atau *Indonesian Basketball League* (IBL) 2009. IBL adalah liga bola basket tertinggi yang dikelola secara profesional di Indonesia, IBL 2009 dipilih karena sangat diminati oleh generasi muda dominasi penonton IBL di setiap kota hampir 75%

adalah usia 12 – 25 Tahun yang memiliki tingkat kesejahteraan A, B, dan C sesuai dengan target sasaran NUVO.

Reguler Season IBL 2009 akan diselenggarakan di berbagai kota berikut ini :

1. Jakarta
2. Malang
3. Bandung
4. Surabaya

Kota – kota tersebut merupakan potential market bagi pertumbuhan brand NUVO dikalangan generasi muda sebagai *potential buyers* saat ini dan di masa yang akan datang. Maksud dan tujuan dari pensponsoran acara tersebut untuk meningkatkan *awareness public* terhadap brand NUVO, memanfaatkan IBL 2009 sebagai media komunikasi serta membina kedekatan NUVO dengan target audience (remaja), membawa nama besar NUVO sebagai brand yang kuat, dan melekatkan *brand image* NUVO sebagai sabun kesehatan modern.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang periklanan yaitu PT. Bintang Medithama Indonesia (Bintang Pratama *Communications*) yang merupakan biro iklan nasional yang menangani kampanye periklanan secara lengkap dan terintegrasi (*full service advertising agency*), mulai dari strategi komunikasi, pengembangan ide kreatif, serta pemasangan media, baik untuk media lini atas (*ATL-above the line*) maupun media lini bawah (*BTL-bellow the line*).

PT. Bintang Mediathama Indonesia (Bintang Pratama Communications) mempunyai program kampanye NUVO, salah satunya adalah dengan mensponsori kegiatan IBL 2009. Pensponsoran NUVO bertujuan untuk melekatkan brand image NUVO sebagai sabun kesehatan modern, meningkatkan awareness masyarakat terhadap NUVO, memanfaatkan IBL 2009 sebagai media komunikasi serta membina kedekatan NUVO dengan target audience (remaja). Kampanye adalah kolaborasi antara peran account executive, creative, dan media.

Berdasarkan kekuatan seorang *Account Executive*. Penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang pensponsoran *bellow the line* yang dibuat oleh Bintang Pratama Communications tempat penulis melakukan praktek kerja lapangan. Berdasarkan hal tersebut diatas maka penulis tertarik untuk mengangkat judul laporan ini tentang **“PERAN ACCOUNT EXECUTIVE P.T. BINTANG MEDIATHAMA INDONESIA DALAM KEGIATAN NUVO IBL 2009 JAKARTA”**.

## **1.2 Tujuan Dan Manfaat Praktik Kerja Lapangan**

Tujuan dari pelaksanaan praktik kerja lapangan adalah sebagai berikut :

### **1.2.1 Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL)**

1. Mengetahui cara kerja sebuah biro iklan.
2. Mengetahui tugas serta mekanisme kerja sebagai *account executive* dalam sebuah biro iklan ( PT.Bintang Mediathama indonesia).

- 3 Mengetahui peran *account executive* dalam kegiatan NUVO Indonesia Basketball League (IBL) 2009.
- 4 Untuk membandingkan antara teori-teori yang didapat di perkuliahan dengan prakteknya di lapangan.
- 5 Khususnya untuk memahami sejauhmana "Judul"

### **1.2.2 Manfaat Praktik Kerja Lapangan (PKL)**

Secara teoritis, laporan ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Bagi penulis, laporan ini dapat menambah wawasan mengenai bagaimana peran seorang *Account Executive*.

Secara praktis, laporan ini bermanfaat sebagai pengetahuan dan pengalaman untuk nantinya terjun ke dunia kerja yang nyata. Sedangkan manfaat yang langsung didapat dari praktik kerja lapangan adalah mengetahui langsung dan memahami proses kerja *Account Executive* (AE) dalam menangani kampanye suatu produk yang dapat memberikan sumbangan ide bagi segenap karyawan Bintang Pratama *Communications*.

### **1.3 Lokasi dan Waktu Praktik Kerja Lapangan**

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan selama 3 bulan terhitung mulai tanggal 1 Desember 2008 sampai 26 February 2009, yang jam kerjanya dimulai dari pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB.

Adapun tempat / alamat penulis dalam melakukan Praktik Kerja Lapangan adalah di :

PT. BINTANG MEDIATHAMA INDONESIA

Jln Pemuda no. 715

Jakarta 13220, Indonesia

Phone : [62-21] 4713738

Fax : [62-21] 4713739-40