**ABSTRAK**

**Ardiman/ 64150552/ 2019/ Peran *Account Executive* Inexus *Advertising* dalam Proses Perencanaan Iklan/ Dosen Pembimbing: Glorya Agustiningsih, S.Sos., M.Si**

Perkembangan industri periklanan telah mengalami banyak perubahan dari waktu ke waktu, akan tetapi seiring berkembangnya industri periklanan tidak diikuti dengan berkembangnya kemampuan sumber daya manusia yang terampil di dalamnya, khususnya dalam tugas dan peran seorang *Account Executive* di perusahaan periklanan. Tugas *account executive* pada era digital ini tidaklah sama dengan era sebelumnya, oleh karena itu maka perlu suatu keterampilan khusus dan memiliki pengetahuan yang lebih mengenai industri periklanan pada masa kini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perkembangan peran *account executive* di perusahaan periklanan pada masa kini, yang disebabkan oleh faktor perubahan era industri dan perkembangan revolusi iklan di era digital masa kini.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Interaksi Simbolik untuk memahami peran yang dimainkan seorang *account executive* di internal perusahaan maupun dengan klien. Penelitian ini juga menggunakan konsep *Account Management* dalam proses memahami tugas-tugas yang dilakukan oleh seorang *account executive* di biro iklan, alur proses kerja seorang *account executive*, dan proses perencanaan iklan. Penelitian ini juga menggunakan teori *Integrated Marketing Communication* sebagai cara untuk memahami perencanaan ikan yang terintegrasi.

Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam terhadap dua informan yang dianggap bisa memberikan informasi yang lebih akurat terkait masalah penelitian. Sedangkan observasi dilakukan lansung di Inexus Advertising Jl. Bukit Gading Raya, Kelapa Gading Permai, Jakarta Utara 14240. Teknik analisis data dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukan bahwa *account executive* Inexus Advertising bekerja tidak hanya mencari klien baru ataupun mempertahankan klien lama tetapi ikut serta dalam proses perencanaan iklan,selain itu *account executive* membantu memberikan rekomendasi kepada klien terhadap strategi pemasaran yang akan dilakukan. Strategi komunikasi yang dilakukan *account executive* dalam mempresentasikan hasil perencanaan iklan menentukan terjadinya produksi iklan dari perencanaan program iklan tersebut.

Kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini yaitu, dalam pelaksanaannya sebagai *account executive,* mampu membangun komunikasi yang baik antar departemen, media, maupun vendor luar. Sehingga pengembangan *brief* yang diterima dari klien dapat dikerjakan dengan cepat, tepat, dan benar. Pada proses perencanaan iklan seorang *account executive* harus memiliki pengetahuan yang luas tentang perencanaan iklan, mengerti situasi lingkungan perusahaan calon klien maupun klien dan permasalahan yang dihadapi klien dalam mengomunikasikan produk atau jasa perusahaan tersebut kepada masyarakat.

**Kata Kunci: Account Management, Account Executive, Periklanan.**

**ABSTRACT**

**Ardiman / 64150552/2019 / *The Role of Account Executives Inexus Advertising in the Advertising Planning Process* / *Supervisor:* Glorya Agustiningsih, S.Sos., M.Si**

*The development of the advertising industry has experienced many changes over time, but as the development of the advertising industry is not followed by the development of the ability of skilled human resources in it, especially in the duties and roles of an Account Executive in an advertising company. The task of account executive in the digital era is not the same as the previous era, therefore it is necessary to have special skills and have more knowledge about the advertising industry today. The purpose of this study is to determine the development of the role of account executives in advertising companies today, which are caused by changes in the industrial era and the development of the advertising revolution in today's digital era.*

*The theory used in this research is the Symbolic Interaction theory to understand the role played by an account executive within the company and with clients. This study also uses the concept of Account Management in the process of understanding the tasks performed by an account executive in an advertising agency, the workflow of an account executive, and the process of advertising planning. This study also uses the theory of Integrated Marketing Communication as a way to understand integrated fish planning.*

*This study uses a qualitative method using a descriptive approach. The data collection technique was carried out by interview, observation and documentation. The interview method used was an in-depth interview with two informants who were considered to be able to provide more accurate information related to the research problem. While observations were made directly at Inexus Advertising Jl. Bukit Gading Raya, Kelapa Gading Permai, North Jakarta 14240. Data analysis techniques were carried out by means of data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions.*

*The results obtained from this study indicate that Inexus Advertising account executives work not only to find new clients or retain old clients but to participate in the advertising planning process, besides that account executives help provide recommendations to clients on the marketing strategy to be carried out. The communication strategy undertaken by the account executive in presenting the results of ad planning determines the production of advertisements from the ad program planning.*

*The conclusion obtained from this research is, in its implementation as an account executive, able to establish good communication between departments, media, and outside vendors. So that the development of briefs received from clients can be done quickly, precisely, and correctly. In the ad planning process, an account executive must have extensive knowledge of advertisement planning, understand the environmental situation of the prospective client and client company and the problems faced by clients in communicating the company's products or services to the public.*

***Keywords: Account Management, Account Executive, Advertising.***