**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Dunia industri periklanan kini sangat berkembang, iklan yang dulu kita hanya bisa lihat di media seperti televisi,radio, dan media cetak tetapi kini iklan itu sendiri sudah dapat dilihat di media digital. Iklan tidak disampaikan tanpa perhitungan, karena hal itu hanya akan membuang uang dengan sia-sia. Hal inilah yang membuat periklanan tidak pernah sepi sebagaimana fungsinya dalam mengenalkan produk yang memiliki sifat kegunaan yang efektif dan efisien. Produk dan jasa yang ada semakin beraneka ragam, dan dalam tahun ke tahun semakin banyak perusahaan yang berdiri dengan produk andalan mereka.

Semakin banyak persaingan yang terjadi antara kompetitor yang satu dengan kompetitor lainnya baik dalam hal mempromosikan produk atau jasa mereka maupun mengomunikasikannya kepada masyarakat. Di tengah sengitnya persaingan dalam mengomunikasikan suatu produk atau jasa dibutuhkan strategi dan konsep iklan yang mampu menarik minat konsumen. Dalam dunia periklanan seperti ini banyak dibutuhkan biro iklan yang memiliki kualitas dan mampu bekerja secara profesional sehingga iklan yang mereka kenalkan ke khalayak akan tepat sesuai target dari produk melalui konsep iklan yang disepakati tersebut.

Eksistensi suatu biro iklan tidak luput dari klien, klien merupakan hal yang penting dalam suatu biro iklan. Pemasukan pendapatan dan keloyalan dari klien adalah sasaran utama untuk terus maju dan bertahan dalam persaingan dunia usaha dan bisnis seperti saat ini. Kualitas pelayanan yang diberikan kepada klien merupakan salah satu hal terpenting dalam mempertahankan klien dari persaingan bisnis yang dilakukan oleh kompetitor lain demi mendapatkan kepercayaan klien atau konsumen.

Persaingan antar biro iklan akan selalu ada dari tahun ke tahun dengan menawarkan bentuk kerjasama yang menarik antara pihak pengiklan dengan pihak biro iklan. Peningkatan tersebut untuk mempertahankan eksistensi dari biro iklan mereka. Pemikiran tersebut tidak hanya menjadi suatu masalah bagi pemilik usaha biro iklan, melainkan seluruh elemen yang termasuk di dalamnya termasuk karyawan maupun seluruh staf yang bekerja di perusahaan biro iklan tersebut.

Persaingan biro iklan di Jakarta sangatlah ketat, permainan harga dan pelayanan yang memanjakan klien adalah cara yang digunakan oleh berbagai perusahaan periklanan, penawaran konsep dan ide-ide kreatif dalam perencanaan kampanye iklan juga merupakan aspek penting dalam mendapatkan kepercayaan dari klien. Tidak jarang, beberapa kompetitor baru menggunakan cara mencari klien baru dengan mendatangi klien dari biro lain dan menawarkan harga yang jauh lebih murah dari biro iklan lainnya tetapi kualitas pelayanan dan hasil kinerja belum tentu memuaskan.

Permasalahan ini tentunya menghasilkan suatu tindakan dari masing-masing biro iklan untuk terus menjaga dan memelihara hubungan yang baik serta intim dengan kliennya. Sejatinya bahwa pengiklan diibaratkan seorang raja yang dimana kepuasan serta kepercayaannya harus terus terjaga, karena bagi biro iklan keberhasilan kliennya dalam meningkatkan citra positif merek mereka ataupun meningkatnya penjualan dari produk mereka. Hal tersebut dianggap sebagai keberhasilan besar bagi biro iklan karena mampu memberikan hasil terbaik dalam pekerjaan yang dipercayakan oleh kliennya.

Karena umumnya perusahaan pengiklan berupaya agar produknya laku dan diminati di pasaran, peranan *account executive* sangat diperlukan dalam sebuah perusahaan jasa kreatif, mengingat banyaknya persaingan yang semakin ketat antar perusahaan biro iklan yang satu dengan yang lainnya guna memperebutkan pangsa pasar atau konsumen yang ada. Peran seorang *account executive* dituntut mampu menjadi penghubung antara biro iklan dengan klien secara profesional.

Kehadiran *account executive* merupakan suatu penghubung perusahaan biro iklan dengan kliennya, terutama agar tercapainya saling pengertian pesan yang disampaikan. Pada zaman saat ini yang penuh dengan kompetisi sangat ketat antara perusahaan jasa khususnya biro iklan, dan untuk memenangkan kompetisi tersebut maka biro iklan memerluka a*ccount executive* yang kompeten dan memiliki pengetahuan yang luas tentang trend perkembangan iklan di era industri terbaru saat ini dalam meningkatkan kualitas layanan kepada klien yang sudah loyal maupun dalam hal mencari klien baru.

Permasalahan yang kerap sering terjadi pada seorang *account executive* tidak hanya terletak pada pengetahuan tentang dunia periklanan, melainkan dari sudut pandang penampilan merupakan salah satu unsur penting yang melekat pada diri seorang *account executive.* Pada umumnya setiap karyawan yang bekerja pada perusahaan jasa seperti biro iklan menggunakan pakaian yang santai dan bebas, dimana aturan dari dalam perusahaan tidak mengharuskan berpakaian dengan penampilan yang formal.

Unsur lainnya yang menjadi hal penting bagi seorang *account executive* adalah dimana mereka mengerti apa yang menjadi harapan klien dari proyek yang akan diserahkan kepada biro iklan. Serta mampu meyakinkan kepada klien akan perfoma perusahaan yang mampu bekerja secara profesional. Tak hanya itu, seorang yang bekerja sebagai a*ccount executve* seringkali kurang cakap dalam menyampaikan presentasi kepada klien dengan jelas dan tepat sasaran. Hal inilah menjadi salah satu alasan utama mengapa rata-rata perusahaan jasa peiklanan masih terus mencari sosok seorang *account executive* yang ideal, khususnya yang terjadi di perusahaan jasa Inexus Advertising.

Tidak banyak juga *account executive* yang mampu membantu kliennya menganalisis pasar dan memberikan rekomendasi kepada klien terhadap rencana strategi komunikasi pemasaran maupun promosi di media digital maupun media konvensional. Jelas bahwa dalam biro iklan setiap divisi di dalamnya akan membangun hubungan kerjasama yang baik dengan departemen lain, oleh karenanya sangat penting apabila seorang *account executive* dapat berinteraksi secara internal baik itu dalam satu divisi ataupun lintas divisi.

Tantangan lain yang dihadapi perusahaan jasa periklanan adalah berkembangannya konsep periklanan dari waktu ke waktu, iklan tidak lagi menunjukan komunikasi satu arah, iklan harus memiliki nilai kognitif, iklan di massa kini harus responsif, konsep iklan kedepannya tidak akan membuat perbedaan antara titik sentuh yang mereka miliki dengan merek, dan unsur iklan di massa kini harus memilki unsur kejutan. Kepedulian seorang *account executive* terhadap apa yang terjadi di lingkungan internal maupun eksternal perusahaan dan juga terhadap perkembangan iklan, menuntut profesi yang mereka tekuni untuk juga terus berkembang dan meningkatkan pengetahuan tentang konsep iklan di massa kini dan massa depan.

Hal tersebut bertujuan agar perencanaan iklan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh klien. Sehingga dengan tercapainya suatu tujuan bersama maka akan meningkatkan kepercayaan klien kepada perusahaan biro iklan tersebut, terlebih lagi mereka akan menjadi klien yang loyal dan terus membangun kerjasama di antara kedua belah pihak untuk kepentingan bersama. Oleh karena itu sangat penting untuk mengerti dan memahami dengan baik peran seorang *account executive* pada suatu perusahaan jasa, karena merekalah yang menjadi ujung tombak perusahaan dan penentu arah berkembangnya perusahaan.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini adalah “Bagaimana peran *account executive* dalam proses perencanaan iklan?”

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka identifikasi masalah yang penulis tetapkan, yaitu:

1. Bagaimana peran *account executive* dalam mengulas rencana pemasaran kepada klien?
2. Bagaimana peran *account executive* dalam membantu menganalisis situasi lingkungan perusahaan klien?
3. Bagaimana peran *account executive* membantu klien menentukan tujuan periklanan?
4. Bagaimana peran *account executive* dalam memberikan masukan strategi kreatif kepada klien?
5. Bagaimana peran *account executive* membantu memberikan rekomendasi kepada klien dalam melaksanakan strategi media?
6. Bagaimana peran *account executive* dalam melakukan evaluasi efektivitas periklanan?
   1. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan identifikasi masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui peran *account executive* dalam mengulas renana pemasaran kepada klien.
2. Untuk mengetahui peran *account executive* dalam membantu menganalisis situasi lingkungan perusahaan klien.
3. Untuk mengetahui peran *account executive* membantu klien menentukan tujuan periklanan.
4. Untuk mengetahui peran *account executive* dalam memberikan masukan strategi kreatif kepada klien.
5. Untuk mengetahui peran *account executive* membantu memberikan rekomendasi kepada klien dalam melaksanakan strategi media.
6. Untuk mengetahui peran *account executive* dalam melakukan evaluasi efektivitas periklanan.
   1. **Manfaat Penelitian**

1. Manfaat akademis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi penelitian *Account Management* khususnya kajian mengenai *Account Executive*.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi bagi mahasiwa, khususnya mahasiswa dan mahasiswi ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam mempelajari dan memahami hal-hal yang berhubungan dengan *Account Executive*.

2. Manfaat praktis

1. Hasil penelitian ini di dapat berguna bagi dunia industri periklanan dan industri media sebagai bahan referensi dalam melakukan pengembangan kompetensi seorang *account executive*.