



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Menurut Hovland dalam Effendy (2017) Ilmu Komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Definisi Hovland, menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu Komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum dan sikap *public* yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang cukup penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri,

Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain. Akan tetapi, seseorang dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain apabila komunikasinya itu memang komunikatif. Komunikasi dilakukan selain untuk memberikan informasi atau mencari informasi tentang sesuatu juga dapat digunakan sebagai alat untuk mengenalkan kepribadian satu sama lain atau kelompok demi terciptanya sebuah kebersamaan.

Dalam hal ini komunikasi menjadi suatu hal yang penting dalam dunia perbisnisan, untuk mencapai sebuah kesepakatan yang akan menguntungkan kedua belah pihak baik perusahaan maupun konsumen. Komunikasi yang baik diperlukan agar tidak ada miss communication pada saat melakukan Kerjasama. Pada hal ini jenis komunikasi yang digunakan adalah komunikasi perusahaan.

Menurut Kennedy dan Soemanagara (2006:5) komunikasi pemasaran adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak agar tujuan perusahaan tercapai, yaitu terjadinya peningkatan pendapatan atas penggunaan jasa atau pembelian produk yang ditawarkan.

Komunikasi pemasaran merupakan satu hal penting dalam menjajakan sebuah bisnis dalam bidang jasa ataupun produk, dengan melakukan komunikasi pemasaran yang baik maka diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli produk yang dimiliki oleh sebuah perusahaan tersebut.

Namun saat melakukan komunikasi diperlukan dan wajibkan memiliki kualitas komunikasi yang baik. Menurut Steward dan D'angelo (1980) dalam buku Harapan (2014:4) komunikasi berpusat pada kualitas komunikasi yang terjalin dari masing – masing pribadi. Partisipan berhubungan satu sama lain sebagai seorang pribadi yang memiliki keunikan, mampu memilih, berperasaan, bermanfaat, dan merefleksikan dirinya sendiri daripada sebagai objek atau benda.

Fuse lab merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa periklanan yang berdiri sejak tahun 2017 dan dipimpin oleh Obed Napitupulu, fuse lab merupakan perusahaan yang berfokus pada meningkatkan penjualan produk yang dimiliki oleh konsumen yang bekerjasama dengan perusahaan fuse lab.

Menurut (Jefkins 1996) Periklanan adalah bentuk komunikasi yang dibayar, walaupun beberapa bentuk periklanan seperti iklan layanan masyarakat, biasanya menggunakan ruang khusus yang gratis. Selain pesan yang harus disampaikan harus dibayar, dalam iklan juga terjadi proses identifikasi sponsor.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Iklan bukan hanya menampilkan pesan mengenai kehebatan produk yang ditawarkan, tapi juga sekaligus menyampaikan pesan agar konsumen sadar mengenai perusahaan yang memproduksi produk yang ditawarkan.

Menurut Van Dijk dalam buku Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Maka dari itu *Account Executive* atau disebut AE sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan terutama perusahaan bidang jasa periklanan *fuse lab*. Perusahaan ini Membutuh seorang *Account Executive* agar perusahaan dapat berjalan dengan baik dan lancar. Dapat dikatakan seperti ini karena *Account Executive* atau disebut AE merupakan ujung tombak dalam sebuah perusahaan. Tanpa adanya *Account Executive* suatu perusahaan digital agency khususnya *fuse lab* bisa saja mengalami kegagalan. Hal ini dikarenakan, seorang *Account Executive* pada perusahaan bertugas untuk mencari klien dan membangun hubungan yang baik dengan para klien yang tertarik melakukan kerjasama dengan *fuse lab*. Maka dari itu *Account Executive* memiliki peran yang sangat penting mengingat tugas dan tanggung jawab seorang *Account Executive* bisa dibilang cukup penting bagi perusahaan.

Selain itu seorang *Account Executive* juga harus menjalin hubungan yang baik dengan para klien agar pesan yang ingin disampaikan baik oleh perusahaan maupun dari klien tersebut dapat disampaikan dengan baik agar dapat mencapai hubungan kerjasama yang baik. Hal ini juga berguna untuk Kerjasama dikemudian hari, karena *Account Executive* sudah berhasil menjalin hubungan yang baik dan diharapkan dapat melakukan Kerjasama yang lainnya.

Dengan demikia tanpa adanya seorang *Account Executive* pada perusahaan, maka perusahaan tidak akan mempunyai klien, karena tidak ada yang bertugas untuk mencari klien dan menjalankan apa yang dibutuhkan bagi klien. *Account Executive* juga merupakan seseorang yang ditunjuk oleh perusahaan jasa periklanan sebagai petugas penghubung dalam melayani klien. *Account Executive* memberikan saran-saran untuk klien yang ditanganinya dan mempelajari tuntutan yang dikehendaki klien terhadap iklannya.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dibahas berdasarkan latar belakang di atas, sebagai berikut

- 1) Apa Peran *Account Executive* dalam menangani klien di Fuse Lab?
- 2) Bagaimana proses komunikasi *Account Executive* dengan klien di Fuse Lab?
- 3) Apa saja hambatan *Account Executive* dalam menangani klien di Fuse Lab?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penyusunan laporan akhir ini sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan peran dari *Account Executive* dalam menangani klien.
- 2) Menjelaskan proses dari komunikasi *Account Executive* dengan klien.
- 3) Menjelaskan apa saja hambatan serta solusi dengan klien.