

BAB IV

PENUTUP

4.1. KESIMPULAN

Setelah menjalani Magang MBKM selama enam bulan menjadi Account Executive, praktikan tahu bahwa profesi ini bukan hanya “pintar berkomunikasi”. Terdapat pola pembelajaran dan peningkatan kemampuan yang praktikan sudah jalani. Di mana bisa dikatakan tujuan aplikasi Magang buat menaruh mahasiswa pengalaman tentang lapangan kerja yg sesungguhnya dan implementasi ilmu yang sebelumnya sudah praktikan pelajari pada Program Studi Ilmu Komunikasi khususnya minor public relations sudah tercapai

Dari hasil setengah tahun praktikan melakukan Magang MBKM dapat menyimpulkan kegiatan dan proses kerja Account Executive pada PT.Satu Jalan Indonesia, yakni:

- a) Dalam kegiatan Account executive, keterampilan yang sangat diperlukan disini yaitu skill komunikasi interpersonal sekaligus menjadi pendengar yang baik untuk terus mempelajari dan memahami keinginan dari Stuja dan pihak klien agar dapat menjembatani kedua sisi dengan baik. Skill ini pula digunakan untuk memantain hubungan internal,eksternal dan stakeholder agar berjalan

dengan lancar untuk mencapai tujuan dan keinginan dari kedua belah pihak. Dalam internal komunikasi yang dilakukan adalah misalnya menyampaikan brief yang diberikan oleh klien karena brief itu sangat crucial menjadikan hal ini harus terdeliver dengan baik kepada divisi-divisi terkait. Dalam eksternal komunikasi bisa dilakukan dengan melihat customer sebagai teman didalam percakapan ini AE harus mampu melakukan *soft selling* kepada klien atau potensial klien.

- b) Praktikan bisa menguasai skill negosiasi dan pemecahan solusi, dalam proses ini skill negosiasi yang baik serta menjadi pribadi yang solutif juga sangat penting untuk menciptakan hasil akhir yang sesuai dan tersepakati oleh perusahaan maupun klien. Biasanya dalam proses negosiasi ini terdapat akar masalah yang terdapat dari kedua pihak. dalam hal ini Account Executive harus pandai mencari solusi dan bernegosiasi kepada pihak terkait untuk mendapatkan jalan tengah untuk menentukan hasil dan penyelesaian yang adil dan menguntungkan terhadap semua pihak. Dalam hal ini untuk menjadi AE yang baik dalam PT.Satu Jalan Indonesia diperlukan product knowledge yang tinggi.
- c) Praktikan dapat pengalaman untuk menentukan strategi marketing kolaborasi yang creative, untuk menciptakan awareness yang baik. Sangat penting untuk menjalin kerjasama yang terpercaya memprediksi project kolaborasi yang menguntungkan bagi pihak Stuja dan pihak terkait dengan objective tertentu seperti project yang dijalankan dengan berkolaborasi ini bisa mendapat awareness yang baik bagi masyarakat terutama target market Stuja Indonesia. Pada proses ini praktikan mendapat kesempatan untuk menjadi narahubung terhadap brand-brand besar dan melakukan goal untuk project bersama.
- d) Praktikan diberi pengalaman untuk beradaptasi dan berkomunikasi dengan berbagai jenis klien dari mulai instansi yang berbeda-beda sampai umur yang juga berbeda. Disini praktikan harus bisa beradaptasi dan mengkondisikan diri dengan siapapun klien yang praktikan pegang dan bertanggung jawab atasnya. Praktikan diberi tanggung jawab yang cukup besar bagi perusahaan karena praktikan di posisi sebagai Account Executive disini merupakan juga sebagai wajah atau perwakilan dari perusahaan

- e) Praktikan diberi pengalaman untuk mempresentasikan meeting mingguan sampai rapat kerja tahunan terhadap semua divisi dan jabatan, dari kegiatan ini praktikan belajar untuk mengasah public speaking yang lebih baik.
- f) Terakhir, praktikan banyak berlatih mengenai praktik lapangan sebagai Public Relations dengan menjalani tugas-tugasnya sebagai Account Executive selama 6 Bulan. Praktikan banyak bertanggung jawab untuk segala keputusan dan menangani berbagai macam klien-klien besar perusahaan, praktikan juga sempat diberikan kesempatan untuk beberapa kali menjadi *Person In Charge* (PIC) sebuah acara-acara besar yang dilaksanakan di beberapa outlet Coffee shop milik Stuja Indonesia.

Dari kesimpulan penjabaran mengenai hasil kerja praktikan diatas dapat disimpulkan bahwa Account Executive dalam PT.Satu Jalan Indonesia memiliki praktik kerja yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Jaya terutama untuk bidang Public Relations. Maka dari pengalaman praktikan ini untuk selanjutnya praktikan ingin meningkatkan pengetahuan dan skill di dunia pekerjaan tersebut. khususnya belajar membangun relasi dan komunikasi yang lebih baik kepada siapapun,karena pada dasarnya semua orang dapat menjadi potensial klien atau peluang besar dalam dunia bisnis pada saatnya.

4.2 SARAN

4.2.1 Saran Perusahaan

Selama menjalani Magang sebagai Account Executive di divisi Marketing pada PT.Satu Jalan Indonesia, praktikan ingin memberikan saran kepada perusahaan tempat praktikan menjalani Magang (MBKM), yaitu:

- a) Untuk terus mengadakan aktivitas-aktivitas peduli lingkungan sesuai image Stuja Indonesia yaitu *Coffee Shop 3R ,Reuse,Reduce,Recycle*. Seperti kegiatan workshop daur ulang,talkshow,mengadakan kolaborasi dengan komunitas dan lainnya
- b) dapat mulai fokus menggunakan multiplatform selain Instagram seperti TikTok serta YouTube untuk meluaskan branding dari Stuja sendiri serta meraih target market pada platform tersebut
- c) Terus menjadi wadah tempat untuk berkumpulnya komunitas-komunitas seperti sport dan hobby untuk memberikan kesan dan image yang positif

- d) mengadakan *time plan* untuk event-event besar secara rutin dalam segi waktu dan konsep, dengan tujuan agar customer dengan mudah mengingat acara yang memang Stuja rancang supaya terlihat karakteristik yang berbeda daripada pesaing lainnya.
- e) untuk *content creator* sosial media untuk membuat konten-konten yang relate agar penonton tertarik untuk menonton tidak terpaku dengan konten jualan saja, dengan begitu brand Stuja lebih mudah dikenal.

4.2.2 Saran Iptek

Saran Iptek dari praktikan terhadap PT. Satu Jalan Indonesia sebagai Account Executive pada divisi Marketing adalah sebagai berikut:

1. Terkait bidang pemasaran, perlu pembelajaran lebih pada pengetahuan lebih untuk mengaktifkan website. Karena website salah satu yang menunjang kredibilitas perusahaan
2. Terkait bidang sosial media, diperlukannya pengetahuan lebih mengenai SEO dalam sosial media.
3. Terkait dengan pekerjaan sebagai Account Executive, instansi perlu mengkordinasikan cara-cara yang lebih professional untuk melakukan *reach up* terhadap perusahaan-perusahaan tertentu. Supaya praktikan dapat ilmu lebih banyak yang bisa diterapkan nantinya.