

***Account Executive* sebagai *Public Relations* PT Idein Kreatif Indonesia**

Carolyn Octaviani¹, Moehammad Gafar Yoedtadi^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara
Email: carolyn.915190198@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara*
Email: gafary@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

Abstract

Public relations (PR) has the main task of maintaining the image and existence of a company so a strategy is needed so that the company achieves this goal. The Account Executive has the main role of coordinating communication with stakeholders and the internals of a company. Both presentations of the main roles of PR and also AE can be seen the similarity of the two main roles, namely to maintain good relations between companies as well as externally, this also directly maintains the image of a company. the company is the face or impression that will be seen by the public about a company. This research uses a qualitative approach with the method of case studies, interviews, observation, documentation, and literature study. The results of the study show that the role of AE in the company also carries out the role of PR as a guardian of the corporate image of PT. Idein Kreatif Indonesia

Keywords: *account executive, public relations, PT. Idein Kreatif Indonesia, role*

Abstrak

Public relations (PR) memiliki tugas utama mempertahankan citra dan eksistensi suatu perusahaan sehingga dibutuhkan sebuah strategi supaya perusahaan mencapai tujuan tersebut. Account executive memiliki peran utama untuk melakukan koordinator komunikasi terhadap stakeholder maupun internal suatu perusahaan, kedua pemaparan peran utama PR dan juga AE dapat dilihat persamaan kedua peran utama, yaitu untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan juga dengan eksternal, hal ini juga secara langsung menjaga citra suatu perusahaan yang menjadi wajah atau kesan yang akan dilihat publik mengenai suatu perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran AE dalam perusahaan juga menjalankan peran PR sebagai penjaga citra perusahaan PT. Idein Kreatif Indonesia.

Kata Kunci: *account executive, hubungan masyarakat, peran, PT Idein Kreatif Indonesia*

1. Pendahuluan

Public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan juga bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut). Setiap PR perusahaan pasti memiliki beberapa peran lainnya yang harus dijalankan dalam buku Cutlip dan Center yang berjudul “*Cutlip & Center’s Effective Public Relations*” menegaskan terdapat 4 peranan PR yang harus dilakukan yaitu, menjadi penasihat ahli atau *expert prescriber*, seorang *public relations* yang berperan menjadi konsultan

bertanggung jawab untuk menganalisis perkara-perkara korporasi, merancang juga bertanggung jawab terhadap pengaplikasian program PR dalam perusahaan. Selain menjadi penasihat ahli PR juga menjadi fasilitator komunikasi atau *communication facilitator* disini PR menjadi penyedia berita yang berkaitan dengan perusahaan untuk disebarkan pada khalayak, lalu PR juga berfungsi menjadi penghubung, penerjemah, dan sebagai perantara antara perusahaan dengan publik, peran PR selanjutnya adalah fasilitator pemecah masalah atau *problem solving facilitator*, PR pasti melakukan kerja sama dengan team manajemen internal perusahaan untuk menuntaskan kasus yang berkaitan antara komunikasi korporasi dengan siklus perusahaan. Peran PR yang terakhir adalah menjadi teknisi komunikasi atau *communication technician*, PR bertugas menjalankan perintah dari atasan untuk membuat tulisan, menyunting *press release*, meluncurkan *website* dan mengeluarkan *annual report*, juga berbagai pekerjaan lainnya. (Andy Alfaris, 2021)

Menurut Cutlip, Center dan Broom, (Morrison 2010) menjelaskan bahwa *account executive* adalah orang yang bertanggung jawab membina hubungan baik antara perusahaan dengan kliennya (Rahmatunisa & Febriani, 2019). Citra merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai oleh suatu perusahaan. Dalam paparan mengenai definisi *public relations*, *account executive*, dan juga citra ketiga hal ini saling berkesinambungan satu sama lain yaitu, menjaga hubungan baik antara publik dan perusahaan untuk menjaga citra suatu perusahaan agar tetap baik. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus, wawancara, observasi, dokumentasi, serta studi kepustakaan. Dan memiliki hasil yang menunjukkan bahwa *account executive* PT. Idein Kreatif Indonesia menjalankan peran *public relations*, juga menjaga citra dari PT. Idein Kreatif Indonesia.

PT Idein Kreatif Indonesia dibentuk oleh Frederico Christopher tahun 2016 dengan memiliki tujuan sebagai perusahaan *startup* yang bergerak dibidang *visual identity* dan *brand attributes*. Pada tahun 2017 Stephanie Yuswan bergabung dengan Idein dan mempromosikan dengan mengembangkan ekosistem menjadi lebih luas dan semakin besar. Dengan berjalannya waktu Idein menerima banyak project yang disebabkan *words of mouth* dari *client* satu ke *client* lainnya. dimulai dari *graphic design agency* dan berkembang menjadi *creative agency* yang meliputi *branding*, *social media*, *short video*, dan *marketing*. Idein menjadi salah satu solusi untuk memudahkan berjalannya suatu *brand* untuk menjalankan bisnisnya tanpa harus menghubungi satu persatu *creative vendor*.

Dari tahun 2016 sampai sekarang Idein terus berkembang dan memiliki koneksi kerja sama dengan beberapa *brand* yang di antara *brand* yang terkenal seperti sedang atau pernah menjalin kerja sama dengan PT. Idein Kreatif Indonesia seperti Zenbu Group, Tokopedia, Ramen Ya, Kokumi, Janji Jiwa, Geprek Bensu, dan masih banyak lagi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bahwa *account executive* suatu perusahaan juga memiliki peran sebagai *public relations*, dalam menjaga hubungan baik dan juga menjaga citra.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan metode studi kasus dan deskriptif. Sifat penelitian kualitatif menurut Rukin yaitu deskriptif dan induktif yang mementingkan proses dibandingkan hasil akhirnya. Menurut John Creswell studi kasus merupakan penelitian kualitatif suatu sistem tertentu dalam satu

atau beberapa kasus (Rukin, 2019). Robert K. Yin dalam Albert J. Mills, Gabrielle Durepos, dan Elden Wiebe menyebutkan terdapat enam sumber data dalam studi kasus, yaitu dokumen, catatan arsip, wawancara, observasi lapangan, observasi partisipan, dan benda fisik.

Penulis memilih metode penelitian studi kasus dengan melakukan catatan arsip, wawancara mendalam, observasi lapangan, partisipasi, dan dokumentasi. Subjek dari penelitian ini ialah *project manager*, *account executive* dan *client* dari Idein. Dan objek dari penelitian ini adalah peran *account executive* dalam menjaga citra. Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam studi kasus, pertama ialah studi wawancara, peneliti melakukan wawancara dengan responden untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Kedua adalah observasi dan peneliti melakukan observasi partisipan. Lalu yang ketiga adalah dokumentasi yang digunakan dalam metode ini adalah melampirkan hasil wawancara *online* melalui Zoom, dan *client* yang bekerja sama dengan Idein. Yang keempat adalah studi kepustakaan. Studi kepustakaan memiliki sifat deskriptif, juga berisi gambar mengenai penelitian terdahulu dan informasi lain yang telah ditemukan sebelumnya (Raco, 2010). Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Citra sebagai Wajah Perusahaan

Menurut Jefkins dijelaskan citra perusahaan ialah nilai yang dimiliki suatu perusahaan atau lembaga secara keseluruhan, yang terbentuk dari riwayat keberhasilan, stabilitas finansial, kualitas, keberhasilan, hubungan industri yang baik. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan narasumber, citra perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting, karena citra merupakan wajah perusahaan yang artinya citra adalah hal yang utama di lihat oleh para khalayak atau publik.

“Menurut aku citra itu sih lebih ke kesan atau gambaran gimana sih perusahaan itu dilihat oleh orang-orang, dan itu penting karena kalau citra perusahaan itu baik kan banyak yang mau bekerja sama dengan perusahaan itu”, (Annissa Derviana 29/11/2022)

“Kalau misalkan citra perusahaan itu image ya, kalo misalnya masyarakat umum denger nama perusahaan A oh perusahaan ini punya reputasi ABC, dan butuh suatu perusahaan itu punya citra yang baik, ini aku ambil contoh aku kan sekarang kerja di Idein, kan Idein sendiri itu koneksinya dengan banyak orang gacuman dengan client tapi juga dengan vendor, kalau misalnya Idein gapunya citra yang baik gimana kita bisa kerja sama dengan baik juga dengan stakeholder”, (Nadya Chrisanti 30/11/2022)

“Mungkin lebih ke persepsi publik terhadap image perusahaan, kayak gimana sih perusahaan itu dilihat oleh publik”, (April Stefany 24/11/2022)

Account Executive sebagai Penasehat Ahli

Menurut Cutlip dan Center yang berjudul *“Cutlip & Center’s Effective Public Relations* (Andy Alfaris, 2021) menjelaskan bahwa *public relations* berfungsi sebagai

penasihat ahli untuk perusahaan juga pihak luar dengan cara menganalisis masalah-masalah yang ada.

Dalam menjalankan tugas nya sebagai jembatan komunikasi antar internal dan eksternal *account executive* juga menjadi penasehat ahli, yang artinya AE mampu menganalisis perkara yang terjadi dalam perusahaan dengan pihak luar dan bersikap secara netral atau juga perkara yang terjadi pada *client*.

“Secara keseluruhan selama ini AE nya netral, tapi aku sebagai project manager juga yang mengawasi semua flow-nya mungkin bisa jadi kesalahannya dari AE sendiri. Bisa dari penyampaiannya beda satu atau dua kata aja itu bisa beda arti ya, jadi biasa aku juga ikut andil dalam pemecahan masalahnya sih kayak setiap sebulan sekali aku adain evaluasi dan biasa aku juga brainstorming sama AE nya untuk cari solusi terbaik dan meminimalisir kesalahan yang mungkin terjadi lagi kedepannya. dan juga kalau misalnya masalah terjadi di clientnya AE juga selalu kasih saran kayak waktu bulan Idul Adha misalnya client kita bingung mau bikin event apa di bulan itu AE nya langsung kasih beberapa opsi pilihan, kayak bikin promo ya misalnya dan kalau misalnya client bikin promo nya kurang menarik AE juga menasehati client dan bantu cari solusi yang lain”, (Annissa Derviana 29/11/2022)

“Harus dong, aku sebagai AE harus bisa jadi penasehat ahli. Kalau lagi ada problem biasa aku cari tau dulu sumbernya permasalahannya itu apa, kan beragam ya problemnya mulai dari kesalahan internal atau kadang juga client mau bikin sesuatu tapi bingung, itu biasa aku cari dulu jalan tengah nya yang bisa sama-sama di terima dari kedua belah pihak internal maupun eksternal karena kita sebagai AE harus bisa bekerja sama dengan baik dengan kedua belah pihak”, (Nadya Chrisanti 30/11/2022)

“Oh biasanya AE itu 2 minggu sebelum akhir bulan dia pasti nanyain mau ada event apa, misalnya ada season khusus di bulan selanjutnya kayak bulan Oktober kemarin ini ada halloween, nah itu AE nya kasih saran ke aku untuk bikin acara apa dan gimana, jadi bantuin aku banget supaya aku gabingung mau bikin event apa yang menarik hahaha”, (April Stefany 24/11/2022)

Account Executive sebagai Pemecah Masalah

Dalam buku Cutlip dan Center yang berjudul *“Cutlip & Center’s Effective Public Relations*(Andy Alfaris, 2021) di paparkan bahwa public relations memiliki tugas sebagai pemecah masalah sebagai bentuk tanggung jawab. Selain menjadi penasehat ahli, AE juga harus bisa menjadi pemecah masalah. karena jika AE tidak bisa menjadi pemecah masalah, seluruh kerja sama Perusahaan dengan klien tidak akan berjalan dengan baik dan bisa berakhir dengan pemutusan kerja sama.

“Sejauh ini pasti sih karena memang AE Idein, mereka akan kasih solusi terbaik untuk klien dan solve the problem ya, dan AE kan juga megang beberapa client ya ga cuman satu atau dua pasti masalah juga mirip-mirip jadi mereka uda belajar dari pengalaman yang ada” (Annissa Derviana 29/11/2022)

“Iya dong. Kalau misalnya ada kesalahan aku berusaha untuk propose solusi untuk mereka supaya hal ini gak terjadi dan enak di mereka maupun internal, kalau misalnya ada kesalahan berulang di internal aku open discussion sih sama internal kenapa sih kesalahannya sama nah disitu aku puter otak untuk cari solusi yang possible dilakukan oleh team dan juga yang client bisa terima” (Nadya Chrisanti 30/11/2022)

“Pastinya, karena kan AE kan yang ngebanu aku untuk berkomunikasi dengan idein, selama kerja sama kita pasti ada kesalah pahaman dalam komunikasi ya, aku waktu itu ada brief untuk promo, aku uda brief dengan detail apa aja yang mau dimasukin kedalam e-poster tapi pada realitanya masih ada salah informasi, mungkin waktu itu internalnya salah tangkep ya. tapi AE nya langsung fast respon dan bertanggung jawab untuk revisi poster itu” (April Stefany 24/11/2022)

Account Executive sebagai Fasilitator Komunikasi

Dalam buku Cutlip dan Center yang berjudul *Cutlip & Center's Effective Public Relations* (Andy Alfari, 2021) yang membahas tentang peran *public relations*, point ke tiga dari peran PR ialah sebagai Fasilitator Komunikasi atau *Communication Facilitator* disini PR menjadi penyedia berita yang berkaitan dengan perusahaan untuk disebarkan pada khalayak, lalu PR juga berfungsi menjadi penghubung, penerjemah dan sebagai perantara antara perusahaan dengan publik. Dalam hal ini AE dari PT. Idein Kreatif Indonesia juga berperan sebagai fasilitator komunikasi

“Pasti sih karena, kalau dari Idein ada Social Media ya dan ada bagian bagian lain kayak reels atau short video, dan client tau informasi itu pasti dari AE nya, karena AE kan yang berkomunikasi secara langsung”, (Annissa Derviana 29/11/2022)

“Aku remind sih kalau misalnya pas awal client ambil service social media gitu ya terus dalam berjalannya proses kerja sama ada satu fasilitas service yang client ini ga jalan, dan posisinya clientnya juga gak ada propose pertanyaan apapun, disitu aku remind internal dan client soal adanya fasilitas yang gak berjalan padahal itu hak nya dia ya, dan aku juga informasikan ke client kalau misalnya Idein ada service baru karena service baru itu biasa nya ada karena by request dari beberapa client yang bisa membantu kenaikan engagement media sosial juga, akunya semakin dikenal sama public, jadi itu kenapa kalau ada service baru aku harus informasikan kepada client”, (Nadya Christanti 30/11/2022)

“Kalau untuk fasilitas yang memang aku dapatkan dari awal aku bekerja sama aku suka diingetin sih, kayak dibulan ini misalnya ada fasilitas yang aku lewatkan, itu biasa diingetin sama AE nya untuk menggunakan fasilitas itu dibulan selanjutnya, tapi kalau soal informasi ada service baru selama ini belum ada sih, mungkin karena aku juga baru ya untuk menjalin kerja sama, jadi mungkin nanti kalau sudah berjalan agak lama akan ada update informasi seperti new service dari Idein” (April Stefany 24/11/2022)

Account Executive sebagai Teknisi Komunikasi

Dalam buku Cutlip dan Center yang berjudul *Cutlip & Center's Effective Public Relations* (Andy Alfari, 2021), PR bertugas menjalankan perintah dari atasan untuk membuat tulisan, menyunting *press release*, meluncurkan *website* dan mengeluarkan *annual report*, juga berbagai pekerjaan lainnya atau disebut sebagai teknisi komunikasi. Setiap bulan *account executive* juga membuat *annual report* yang disebarakan kepada *client*.

“Setiap bulan pasti di-report ke client sih sesuai dengan tanggalan client, berupa deck. Terus beberapa AE juga kasih saran bulan selanjutnya bagusnya strategi apa yang akan diterapkan ke client”, (Annissa Derviana 29/11/2022)

“Aku sebagai AE setiap bulan harus kasih report ke client, supaya client tau progress nya sampe mana apakah ada kenaikan atau penurunan setiap bulannya, jadi kita tau kalau misalnya di bulan itu mengalami penurunan apa yang harus kita lakukan supaya berikutnya kita gaada penurunan begitu juga sebaliknya kalau misalnya ada kenaikan pada akun brand, berarti kita tau nih hal ini menghasilkan feedback yang baik”, (Nadya Chrisanti 30/11/2022)

“Iya, jadi tiap bulan kita dikasih monthly report untuk social media, karena kita kerja sama nya social media management. Disitu diinformasikan perkembangan social media kita kayak kenaikan engagement atau followers gitu”, (April Stefany 24/11/2022)

Dari kelima *point* hasil wawancara diatas mengenai apakah *account executive* menjalankan peran PR dalam suatu perusahaan. Peneliti menemukan hasil analisis sebagai berikut:

Account Executive sebagai Public Relations

Menurut Morrisan *account executive* adalah orang yang bertanggung jawab membina hubungan baik antara perusahaan dengan kliennya. *Public relations* merupakan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan juga bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut, menurut Cutlip, Center, dan Broom (Rahmatunisa & Febriani, 2019).

Dari kedua pemaparan di atas tentang definisi *account executive* dan *public relations* menurut para ahli, peneliti menarik garis besar dalam persamaan definisi dari *account executive* dan *public relations* yaitu membina hubungan baik dan mempertahankan hubungan baik antara perusahaan dan clientnya, yang artinya *account executive* dan *public relations* memiliki peran yang juga berkesinambungan.

Dalam buku Cutlip dan Center yang berjudul *Cutlip & Center's Effective Public Relations* (Andy Alfari, 2021) menegaskan terdapat 4 peranan PR yang harus dilakukan yaitu, penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecah masalah, dan teknisi komunikasi.

Menurut hasil wawancara dengan ketiga narasumber Annissa Derviana, Nadya Chrisanti, dan April Stefany, menarik kesimpulan bahwa *account executive* Idein juga berperan sebagai *public relations*, dilihat dari keempat peran *public relations* di atas dan juga jawaban hasil wawancara mendalam menjelaskan bahwa *account executive*

sudah menjadi penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator pemecah masalah, dan juga teknisi komunikasi.

***Account Executive* menjaga Citra Perusahaan**

Menurut Morris *account executive* adalah orang yang bertanggung jawab membina hubungan baik antara perusahaan dengan kliennya. Dari pemaparan definisi *account executive* menurut Morris, peneliti melihat bahwa peran utama dari *account executive* itu sangat penting karena AE secara langsung berhubungan dengan para klien yang berarti AE juga berkomunikasi secara intens dengan klien, dan AE memiliki tanggung jawab yang besar dalam menjaga etika dan cara komunikasi agar menjaga citra perusahaan.

Menurut hasil wawancara dengan Annisa Derviana, Nadya Chrisanti, dan April Stefany, citra perusahaan merupakan wajah perusahaan yang dilihat pertama kali oleh khalayak dan sebagai alat penilaian apakah suatu perusahaan itu memang cocok untuk diajak kerja sama atau tidak.

4. Simpulan

Dari hasil penelitian ini penulis dapat menyimpulkan bahwa *Account Executive* PT Idein Kreatif Indonesia dalam menjalankan perannya, juga menjalankan peran sebagai PR perusahaan yang menjaga citra PT Idein Indonesia. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti topik lebih dalam mengenai AE menjalankan peran PR.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Andy Alfaris, R. (2021). *Analisis Efektivitas Marketing Public Relation Maesa Hotel Dalam Membangun Brand Awareness* [Thesis, Muhammadiyah University]. <http://eprints.umpo.ac.id/id/eprint/5929>
- Raco. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* (A. L & J. B. Soedarmanta, Eds.; 1st ed.). PT. Grasindo.
- Rahmatunisa, S., & Febriani, E. (2019). *Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Seniman Visual (Studi Deskriptif Kualitatif Strategi Public Relations Dalam Membangun Personal Branding Muklay Sebagai Seniman Visual)*. 16. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/216>
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (A. S. Ahmar, Ed.; Vol. 1). Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.