



# Ranah Research :

## Journal of Multidisciplinary Research and Development



+62 811 7404 455



[dinasti.info@gmail.com](mailto:dinasti.info@gmail.com)



<https://jurnal.ranahresearch.com/>



## Peran Account Executive dalam Proses Perencanaan Iklan di Era Digital: Perspektif dan Tantangan

Disa Prihantini Kusuma<sup>1</sup>, Aminah Swarnawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia, [disaprihantini@gmail.com](mailto:disaprihantini@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia, [aminahswarnawati@umj.ac.id](mailto:aminahswarnawati@umj.ac.id)

**Abstract:** *The advertising industry is experiencing rapid development, with advertisements that were originally only present in conventional media such as television, radio, and print media, now expanding to digital media. Advertising is a dynamic field and always keeps up with the times according to market preferences. Account executives are responsible for the advertising communication system, so in planning advertisements, they must understand the process of persuasion and effective communication. This research uses the literature study method as the main approach to conduct research that aims to investigate the role of Account Executives (AEs) in the advertising planning process in the digital era. The results show that the role of the account executive (AE) in the advertising industry has undergone a profound transformation along with the rapid development of digital technology. The challenges faced by AEs in carrying out their role in the digital era are not small. They must be able to deal with various technological and algorithmic changes that occur rapidly, as well as respond to increasingly fierce competition in the advertising industry.*

**Keywords:** *Account Executive, Ad Planning, Business Communication*

**Abstrak:** Industri periklanan mengalami perkembangan pesat, dengan iklan yang awalnya hanya hadir di media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak, kini merambah ke media digital. Periklanan merupakan bidang yang dinamis dan selalu mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan preferensi pasar. Account Executive bertanggung jawab atas sistem komunikasi periklanan, sehingga dalam merencanakan iklan, mereka harus memahami proses persuasi dan komunikasi yang efektif. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka sebagai pendekatan utama untuk menjalankan penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki peran Account Executive (AE) dalam proses perencanaan iklan di era digital. Hasil penelitian menunjukkan peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan telah menjalani transformasi yang mendalam seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital. Tantangan yang dihadapi oleh AE dalam mengemban perannya di era digital tidaklah sedikit. Mereka harus mampu menghadapi berbagai perubahan teknologi dan algoritma yang terjadi dengan cepat, serta menjawab persaingan yang semakin ketat dalam industri periklanan.

**Kata Kunci:** *Account Executive, Perencanaan Iklan, Komunikasi Bisnis*

## PENDAHULUAN

Industri periklanan mengalami perkembangan pesat, dengan iklan yang awalnya hanya hadir di media konvensional seperti televisi, radio, dan media cetak, kini merambah ke media digital. Penyampaian iklan tidak dilakukan secara sembarangan karena hal itu bisa menjadi pemborosan finansial. Oleh karena itu, periklanan tetap menjadi sektor yang ramai, karena fungsinya yang penting dalam memperkenalkan produk dengan efektif dan efisien. Produk dan layanan yang ditawarkan semakin bervariasi, dan setiap tahunnya banyak perusahaan baru bermunculan dengan produk unggulan mereka. Hal ini menciptakan persaingan yang semakin sengit antara pesaing dalam hal mempromosikan produk atau layanan mereka serta dalam mengkomunikasikannya kepada masyarakat.

Industri periklanan telah menjadi medan pertempuran yang dinamis di mana perubahan konstan menjadi norma. Meskipun inovasi dan perubahan teknologi terus menerus mengubah lanskap media periklanan, sering kali sumber daya manusia di dalam industri ini terkadang kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan cepat. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya dalam beberapa dekade terakhir, telah menjadi salah satu faktor utama yang mengubah cara iklan diproduksi, disebar, dan direspons oleh publik. Era digital membawa kemajuan yang luar biasa, memungkinkan iklan untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam melalui berbagai platform digital. Namun, di tengah kemajuan ini, peran Account Executive dalam proses perencanaan iklan telah menjadi semakin penting dan kompleks.

Sebagai bagian dari seni komunikasi yang efektif, iklan adalah bentuk penyampaian informasi yang mengandung pesan dengan tujuan mempengaruhi, mengajak, dan membangun koneksi dengan audiensnya. Periklanan merupakan bidang yang dinamis dan selalu mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan preferensi pasar. Iklan memiliki beragam tujuan, termasuk meningkatkan kesadaran, meningkatkan pengetahuan, mengubah persepsi, dan membangun loyalitas terhadap produk atau jasa yang dipromosikan.

Account Executive bertanggung jawab atas sistem komunikasi periklanan, sehingga dalam merencanakan iklan, mereka harus memahami proses persuasi dan komunikasi yang efektif (Bouche, 2023). Pekerjaan dalam bidang periklanan memiliki nilai penting dalam merancang kampanye yang dapat maksimal dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Sebagai Account Executive, tanggung jawab utama adalah menjaga hubungan yang kokoh antara agensi periklanan dan klien (Iprobe, 2023). Ini mencakup memahami dengan cermat kebutuhan dan tujuan klien, serta memastikan bahwa pesan dan strategi yang dikembangkan oleh tim internal agensi sesuai dengan visi dan arah yang diinginkan oleh klien. Namun, dalam era digital yang terus berkembang, peran ini telah mengalami evolusi signifikan. Selain mempertahankan aspek hubungan klien, Account Executive sekarang juga harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang tren dan teknologi digital. Mereka harus mampu melakukan analisis data yang kompleks untuk memahami perilaku konsumen dan mengintegrasikan strategi periklanan melintasi berbagai platform dan kanal.

Dalam menghadapi tantangan ini, Account Executive tidak lagi hanya bergantung pada keterampilan tradisional dalam komunikasi dan manajemen hubungan. Mereka juga harus terus memperbarui pengetahuan mereka tentang platform digital yang terus berkembang dan memahami cara terbaik untuk memanfaatkannya dalam kepentingan klien. Ini mencakup memahami cara menggunakan berbagai alat dan teknologi analisis data untuk mengoptimalkan kampanye periklanan. Selain itu, mereka harus dapat menavigasi lingkungan yang terus berubah dengan cepat, di mana preferensi konsumen dapat berubah dalam sekejap dan baru platform digital dapat muncul setiap saat.

Perubahan cepat dalam ekosistem digital juga memunculkan tantangan baru dalam merancang strategi periklanan yang efektif. Account Executive harus tetap waspada terhadap tren dan perubahan dalam perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi cara mereka

berinteraksi dengan konten digital. Mereka harus proaktif dalam menyesuaikan strategi periklanan agar tetap relevan dan efektif dalam menjangkau audiens target. Ini membutuhkan kemampuan untuk berpikir kreatif dan inovatif dalam merancang kampanye yang dapat menarik perhatian dan berbicara dengan audiens di berbagai platform digital.

Secara keseluruhan, peran Account Executive telah berkembang secara signifikan dengan munculnya teknologi digital. Mereka tidak hanya bertanggung jawab atas menjaga hubungan dengan klien, tetapi juga harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang dunia digital yang terus berubah. Kemampuan untuk menganalisis data, memahami tren digital, dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dalam preferensi konsumen menjadi kunci dalam kesuksesan mereka dalam mengelola kampanye periklanan yang efektif di era digital ini.

Peningkatan keterampilan dan pemahaman yang diperlukan oleh Account Executive menjadi suatu keharusan di tengah dinamika industri periklanan yang terus berkembang. Mereka harus mampu menguasai alat-alat dan teknologi digital terkini yang digunakan dalam kampanye periklanan, termasuk platform media sosial, analisis data, dan alat-alat pengoptimalan kampanye online. Dengan memahami cara data dapat digunakan untuk merancang strategi iklan yang lebih efektif, Account Executive dapat mengarahkan tim internal dalam menyusun kampanye yang tepat sasaran dan menghasilkan hasil yang diinginkan oleh klien.

Selain itu, dalam lingkungan industri periklanan yang dinamis dan kompetitif, kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat menjadi kunci kesuksesan bagi seorang Account Executive. Mereka harus dapat menyesuaikan strategi dan pendekatan mereka sesuai dengan perubahan tren pasar, preferensi konsumen, dan perkembangan teknologi baru. Ini membutuhkan ketangkasan mental dan kemampuan untuk berpikir secara kreatif dalam menghadapi tantangan yang muncul, sehingga dapat memberikan solusi yang inovatif dan efektif bagi klien.

Selanjutnya, untuk tetap relevan dalam industri yang bergerak cepat ini, Account Executive juga harus terus memperbarui pengetahuan dan keterampilan mereka tentang perkembangan terbaru dalam industri periklanan. Mereka harus aktif dalam mengikuti perkembangan terkini, menghadiri seminar, kursus, dan pelatihan untuk mendapatkan wawasan baru dan memperluas jaringan profesional mereka. Dengan demikian, mereka dapat menghadapi persaingan dengan lebih baik dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi klien mereka.

Dengan meningkatnya kompleksitas dan persaingan dalam industri periklanan, menjadi penting bagi Account Executive untuk terus memperbarui keterampilan dan pemahaman mereka. Dengan menguasai alat-alat dan teknologi digital terkini, memahami analisis data, dan terus memperbarui pengetahuan tentang perkembangan industri, mereka dapat menjadi mitra yang kuat bagi klien mereka dalam mencapai tujuan periklanan mereka. Kesanggupan untuk beradaptasi dengan cepat dan belajar secara berkelanjutan akan memastikan kesuksesan mereka dalam menghadapi tantangan yang terus berkembang dalam industri ini.

Dengan perubahan ini, peran Account Executive menjadi lebih dinamis dan menantang. Mereka tidak hanya harus memahami perubahan teknologi, tetapi juga harus mampu mengantisipasi dan menyesuaikan diri dengan tren yang berkembang pesat dalam industri periklanan. Terlebih lagi, dengan munculnya berbagai platform dan kanal baru, Account Executive dihadapkan pada tuntutan untuk tidak hanya memahami teknologi tersebut, tetapi juga mampu menggabungkan berbagai strategi iklan secara efektif untuk mencapai hasil yang diinginkan bagi klien mereka. Dalam menghadapi tantangan ini, Account Executive perlu mengembangkan keterampilan baru dan terus-menerus meningkatkan pemahaman mereka tentang industri periklanan digital.

Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menyelidiki peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan di era digital, tetapi juga mengarah pada pemahaman yang lebih mendalam tentang tantangan yang dihadapi oleh mereka dalam konteks perencanaan iklan yang semakin dipengaruhi oleh teknologi digital. Melalui analisis yang cermat terhadap peran tradisional AE sebagai penghubung antara agensi periklanan dan klien, serta respons mereka terhadap transformasi digital yang mengubah lanskap industri periklanan, penelitian ini bertujuan untuk mengungkap strategi dan keterampilan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan yang timbul.

Penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi bagi AE dan agensi periklanan, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga bagi berbagai pihak yang terlibat dalam industri ini. Praktisi industri periklanan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai panduan untuk memahami peran AE di era digital dan mengidentifikasi strategi yang efektif untuk meningkatkan kinerja kampanye periklanan. Selain itu, akademisi dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk menyusun kurikulum yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan industri periklanan saat ini. Stakeholder lainnya yang terlibat dalam industri periklanan, seperti klien dan vendor teknologi, juga dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang peran dan tantangan yang dihadapi oleh AE, sehingga dapat berkolaborasi secara lebih efektif dalam menghasilkan kampanye periklanan yang sukses di era digital ini.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggali pemahaman yang lebih dalam tentang peran dan tantangan AE dalam perencanaan iklan di era digital, tetapi juga memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan industri periklanan secara keseluruhan. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang peran AE dan strategi yang dibutuhkan untuk mengatasi tantangan di era digital, diharapkan industri periklanan dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan yang terus berlangsung dalam teknologi dan perilaku konsumen.

Dengan memahami secara lebih baik bagaimana peran Account Executive telah berubah seiring dengan perkembangan teknologi dan bagaimana mereka menanggapi perubahan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan pada pemahaman tentang dinamika industri periklanan saat ini. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan landasan bagi pengembangan lebih lanjut dalam bidang ini, terutama dalam memahami bagaimana teknologi digital terus mengubah paradigma periklanan modern. Selain itu, dengan memahami tantangan yang dihadapi oleh Account Executive, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi praktisi dan profesional industri periklanan dalam menghadapi lingkungan periklanan yang semakin kompleks di era digital saat ini, sehingga mereka dapat mencapai kesuksesan dan kinerja yang optimal.

## **METODE**

Penelitian ini mengadopsi metode studi pustaka sebagai pendekatan utama untuk menjalankan penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki peran Account Executive (AE) dalam proses perencanaan iklan di era digital. Pemilihan metode studi pustaka didasarkan pada kesesuaian metode ini dengan kebutuhan penelitian, yang memungkinkan peneliti untuk mengakses dan menganalisis informasi yang relevan dan mendalam tentang topik penelitian dari berbagai sumber literatur yang tersedia. Metode studi pustaka dianggap sebagai metode yang tepat karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang peran AE dalam konteks periklanan digital tanpa terbatas oleh batasan waktu dan geografis. Selain itu, metode studi pustaka juga memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis beragam perspektif, teori, dan temuan dari studi terdahulu yang relevan dengan topik penelitian ini.

Metode studi pustaka juga dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai sumber informasi, termasuk jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan riset, dan sumber literatur lainnya yang dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang

peran AE dalam era digital. Dengan cara ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih lengkap tentang tantangan, tren, dan praktik terbaik yang terkait dengan peran AE dalam industri periklanan di era digital. Selain itu, metode studi pustaka juga memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan dan menyintesis berbagai pendekatan dan sudut pandang yang berbeda dari literatur yang ada, yang dapat memberikan landasan yang kokoh untuk analisis dan interpretasi hasil penelitian.

Dengan demikian, metode studi pustaka dianggap sebagai pendekatan yang efektif untuk mendukung pencapaian tujuan penelitian ini dalam mengungkap peran Account Executive dalam proses perencanaan iklan di era digital secara menyeluruh dan mendalam. Melalui metode ini, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang peran AE, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang diperlukan untuk menghadapi perubahan yang terjadi dalam industri periklanan di era digital. Keseluruhan, metode studi pustaka memberikan kerangka kerja yang kuat untuk penelitian ini, yang memungkinkan peneliti untuk menyajikan temuan yang informatif dan relevan bagi praktisi industri periklanan, akademisi, dan stakeholder lainnya yang terlibat dalam industri ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan telah mengalami transformasi signifikan seiring dengan berkembangnya teknologi digital. Dalam era ini, AE tidak hanya bertanggung jawab atas hubungan antara agensi periklanan dan klien, tetapi juga memiliki peran yang lebih luas dan kompleks dalam proses perencanaan iklan (Tampubolon, 2019). AE tidak lagi hanya menjadi perantara antara agensi dan klien, tetapi mereka menjadi ujung tombak dalam menghubungkan visi dan tujuan klien dengan eksekusi kampanye periklanan yang efektif di berbagai platform digital. Dengan berbagai tantangan dan peluang yang ada di era digital, AE harus memegang peranan yang strategis dalam merancang dan melaksanakan strategi periklanan yang relevan dan terukur.

Di tengah kompleksitas pasar digital yang terus berkembang, AE harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen dalam lingkungan digital (Ardiman, 2019). Selain memahami perilaku konsumen, AE juga harus mampu menangkap tren dan perubahan dalam perilaku konsumen untuk menyesuaikan strategi periklanan. Perubahan tren dan pola perilaku konsumen dalam lingkungan digital dapat berdampak signifikan terhadap efektivitas kampanye periklanan. AE perlu terus memantau dan mempelajari perubahan tersebut agar dapat mengadaptasi strategi periklanan dengan cepat dan tepat sesuai dengan kebutuhan pasar.

Tidak hanya memahami perilaku konsumen, AE juga harus mampu menerjemahkan data yang diperoleh dari analisis pasar dan perilaku konsumen menjadi wawasan strategis yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan strategi periklanan klien mereka. Data dan analisis pasar merupakan aspek penting dalam pengambilan keputusan strategis dalam perencanaan iklan di era digital. AE perlu memiliki kemampuan untuk menginterpretasikan data dengan akurat dan mengidentifikasi peluang serta tantangan yang ada, sehingga dapat mengembangkan strategi periklanan yang lebih efektif dan berorientasi pada hasil.

Pemahaman yang mendalam tentang perilaku konsumen dalam lingkungan digital, kemampuan untuk menangkap tren dan perubahan, serta kemampuan dalam menerjemahkan data menjadi wawasan strategis merupakan keterampilan yang sangat penting bagi AE dalam menghadapi kompleksitas pasar digital yang terus berkembang. Dengan memiliki keterampilan-keterampilan ini, AE dapat membantu klien mereka untuk mencapai kesuksesan dalam kampanye periklanan di era digital yang semakin dinamis ini.

Peran AE juga melibatkan kemampuan dalam mengkoordinasikan berbagai tim internal dan eksternal untuk mencapai kesuksesan kampanye periklanan. Mereka harus dapat bekerja sama dengan tim kreatif untuk mengembangkan konsep iklan yang inovatif dan menarik, serta dengan tim teknis untuk memastikan implementasi yang tepat dan efisien di

berbagai platform digital. Selain itu, AE juga bertanggung jawab atas manajemen keseluruhan proyek periklanan, termasuk mengatur jadwal, mengelola anggaran, dan memastikan bahwa semua elemen kampanye berjalan lancar dan tepat waktu. Dengan demikian, AE memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan kesuksesan kampanye periklanan di era digital yang terus berkembang ini.

Penelitian ini menyoroti pentingnya peran AE dalam konteks perencanaan iklan di era digital. AE harus mampu menavigasi lanskap digital yang terus berubah dengan cepat, termasuk berbagai platform media sosial, mesin pencari, dan kanal digital lainnya, untuk menciptakan strategi periklanan yang relevan dan efektif. Selain itu, mereka juga harus memahami berbagai alat dan teknologi periklanan digital yang tersedia, seperti programmatic advertising, analytics platforms, dan tools pengelolaan kampanye, untuk memaksimalkan dampak kampanye iklan.

Peran Account Executive (AE) dalam era digital mencakup beberapa aspek penting yang sangat relevan dalam industri periklanan saat ini (Fransiska, 2023). Mereka tidak hanya bertindak sebagai penghubung utama antara klien dan tim internal agensi periklanan, tetapi juga menjadi katalisator penting dalam merancang strategi iklan yang efektif di dunia digital yang terus berkembang. Sebagai penghubung utama, AE bertanggung jawab atas memahami kebutuhan dan tujuan klien secara mendalam. Hal ini melibatkan tidak hanya mendengarkan apa yang diinginkan klien, tetapi juga mampu membaca di antara baris-baris untuk mengidentifikasi kebutuhan yang mungkin belum terungkap. AE harus memiliki kemampuan untuk menerjemahkan informasi ini ke dalam strategi periklanan yang sesuai dengan dinamika dan tantangan lingkungan digital saat ini, termasuk perubahan dalam perilaku konsumen, perkembangan teknologi, dan tren pasar.

Peran AE dalam proses perencanaan iklan di era digital tidak hanya terbatas pada mengelola hubungan antara klien dan agensi periklanan. Mereka juga memiliki tanggung jawab yang penting untuk memastikan kesuksesan kampanye periklanan. Ini meliputi koordinasi dengan tim kreatif dan teknis untuk mengembangkan dan mengimplementasikan konsep iklan yang relevan dan efektif di berbagai platform digital. AE juga bertanggung jawab atas manajemen keseluruhan proyek periklanan, termasuk mengatur jadwal, mengelola anggaran, dan memastikan bahwa semua elemen kampanye berjalan lancar dan tepat waktu. Selain itu, AE juga harus memiliki kemampuan analisis yang baik untuk memantau kinerja kampanye dan memberikan rekomendasi perbaikan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang optimal bagi klien.

Pertama-tama, AE harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang tujuan bisnis klien. Mereka perlu memahami dengan jelas apa yang ingin dicapai oleh klien melalui kampanye periklanan tersebut, apakah itu peningkatan penjualan, awareness merek, atau tujuan lainnya. Pemahaman ini menjadi dasar bagi AE dalam merancang strategi periklanan yang sesuai dan efektif. AE harus memahami kebutuhan spesifik klien mereka. Ini mencakup pemahaman komprehensif tentang pasar target klien, termasuk karakteristik demografis, preferensi, dan perilaku konsumen yang relevan. AE perlu menganalisis pesaing klien serta tren industri untuk memahami posisi kompetitif klien dan mengidentifikasi peluang yang mungkin ada dalam pasar.

Dalam era digital yang didominasi oleh data, pemahaman tentang analisis data menjadi kunci. AE harus mampu memahami dan menginterpretasikan data dengan tepat untuk membantu menginformasikan strategi periklanan. Ini melibatkan kemampuan untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data konsumen, seperti perilaku pencarian online, interaksi media sosial, atau data transaksi, untuk mendapatkan wawasan yang berharga tentang perilaku konsumen dan tren pasar. AE perlu memahami tren industri yang relevan. Dengan terus memantau perkembangan dalam industri periklanan dan pemasaran digital, AE dapat mengidentifikasi peluang baru dan mengintegrasikan praktik terbaru ke dalam strategi periklanan klien mereka.

Kedua, kolaborasi dengan Tim Kreatif dan Digital menjadi salah satu pilar utama dalam peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan di era digital. AE tidak hanya bertindak sebagai penghubung antara klien dan agensi periklanan, tetapi juga memegang peranan penting dalam memastikan bahwa visi dan kebutuhan klien tercermin dalam konsep, pesan, dan format iklan yang dikembangkan oleh tim kreatif dan digital. Dalam kerangka ini, AE berperan sebagai fasilitator komunikasi antara klien dan tim kreatif, mengartikulasikan dengan jelas kebutuhan klien serta memberikan panduan dan umpan balik yang konstruktif kepada tim kreatif dan digital agar ide-ide yang dihasilkan dapat menghasilkan kampanye iklan yang efektif.

Bekerja secara sinergis dengan tim kreatif dan digital, AE juga bertanggung jawab untuk mengembangkan konsep-konsep kreatif yang dapat memikat dan menarik minat target audiens di platform digital. Ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang perilaku dan preferensi audiens digital, serta kemampuan untuk menginterpretasikan data dan tren pasar untuk menciptakan kampanye yang relevan dan berdampak. Selain itu, AE juga berperan dalam memastikan bahwa format iklan yang dipilih sesuai dengan tujuan kampanye dan platform di mana iklan akan disiarkan, sehingga pesan dapat disampaikan dengan maksimal kepada audiens target.

Selama proses kolaborasi dengan tim kreatif dan digital, AE juga memainkan peran penting dalam memastikan bahwa keseluruhan kampanye iklan memenuhi ekspektasi dan kebutuhan klien. Mereka harus mampu menjaga keseimbangan antara kreativitas dan strategi, serta memiliki kemampuan untuk mengelola harapan klien dan memberikan solusi yang memadai dalam menghadapi tantangan dan perubahan yang mungkin terjadi selama proses perencanaan dan pelaksanaan kampanye. Dengan demikian, kolaborasi yang efektif antara AE, klien, dan tim kreatif dan digital menjadi kunci dalam menghasilkan kampanye iklan yang sukses dan berdampak di era digital yang terus berkembang.

Ketiga, pengelolaan proyek menjadi aspek kunci dari peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan di era digital. AE tidak hanya bertanggung jawab atas keseluruhan proyek periklanan, tetapi juga harus memastikan bahwa semua elemen kampanye berjalan sesuai dengan rencana dan tepat waktu. Ini melibatkan serangkaian tugas yang meliputi menetapkan jadwal, mengoordinasikan tim internal di agensi periklanan, memastikan kepatuhan terhadap anggaran yang telah ditetapkan, serta mengawasi setiap tahap proses produksi kampanye.

Dalam era digital yang ditandai dengan adanya berbagai saluran dan platform periklanan, pengelolaan proyek menjadi lebih kompleks dan membutuhkan tingkat koordinasi yang baik dari AE. Mereka harus mampu mengelola berbagai aspek teknis dan kreatif dari kampanye periklanan di berbagai platform, seperti media sosial, mesin pencari, situs web, dan aplikasi mobile. Hal ini memerlukan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dan tantangan yang mungkin muncul selama proses perencanaan dan pelaksanaan kampanye.

Selain itu, AE juga harus memastikan bahwa proyek periklanan berjalan sesuai dengan anggaran yang telah ditetapkan oleh klien. Ini melibatkan pengelolaan sumber daya secara efisien, identifikasi dan penanganan risiko, serta kemampuan untuk melakukan negosiasi dengan pemasok dan mitra kerja lainnya agar tetap berada dalam batas anggaran yang telah ditetapkan. Dengan demikian, kemampuan pengelolaan proyek yang baik menjadi kunci dalam memastikan keberhasilan dan kelancaran pelaksanaan kampanye periklanan di era digital yang penuh dengan kompleksitas dan dinamika.

Keempat, Pemantauan dan Analisis Kinerja menjadi langkah penting dalam peran Account Executive (AE) dalam proses perencanaan iklan di era digital. AE tidak hanya bertanggung jawab untuk meluncurkan kampanye periklanan, tetapi juga harus memastikan bahwa kampanye tersebut mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh klien. Untuk itu,

mereka menggunakan berbagai metrik dan alat analisis untuk mengukur kinerja kampanye, seperti tingkat keterlibatan, konversi, retensi, dan Return on Investment (ROI).

Dengan menggunakan berbagai metrik ini, AE dapat mengidentifikasi keberhasilan kampanye iklan dan memahami dampaknya terhadap audiens target di berbagai platform digital. Analisis kinerja ini membantu AE untuk mengevaluasi efektivitas strategi periklanan yang telah diterapkan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan di masa depan. Misalnya, jika tingkat keterlibatan rendah, AE dapat merekomendasikan penyesuaian strategi konten atau penargetan audiens yang lebih tepat untuk meningkatkan interaksi pengguna.

Selain itu, dengan memantau ROI kampanye, AE dapat menilai efisiensi penggunaan anggaran periklanan dan memastikan bahwa investasi klien memberikan hasil yang diharapkan. Analisis kinerja ini juga membantu AE untuk menyusun laporan dan menyampaikan informasi yang relevan kepada klien, serta memberikan rekomendasi strategis untuk perbaikan di masa depan. Dengan demikian, pemantauan dan analisis kinerja menjadi langkah kunci dalam siklus perencanaan iklan di era digital, memungkinkan AE untuk terus meningkatkan kualitas dan efektivitas kampanye periklanan mereka.

Komunikasi yang efektif sangat penting dalam menjalankan peran Account Executive (AE) dalam proses perencanaan iklan di era digital. AE bertindak sebagai penghubung antara klien, tim kreatif, dan tim internal agensi periklanan, sehingga kemampuan mereka dalam menyampaikan ide, kebutuhan, dan harapan klien menjadi sangat penting. AE harus mampu mengartikulasikan visi klien dengan jelas kepada tim kreatif dan digital, memastikan bahwa semua pihak memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan kampanye dan harapan klien. AE juga bertanggung jawab untuk menjelaskan kemajuan proyek kepada klien dengan cara yang jelas dan transparan. Ini melibatkan memberikan laporan yang terperinci tentang perkembangan kampanye, termasuk pencapaian yang telah dicapai, tantangan yang dihadapi, dan langkah-langkah yang akan diambil ke depan. Komunikasi yang jelas dan transparan membantu membangun kepercayaan antara klien dan agensi periklanan, serta memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kampanye.

Dalam era digital yang memungkinkan kolaborasi jarak jauh, kemampuan komunikasi yang efektif juga diperlukan untuk memastikan koordinasi yang baik antara AE, klien, dan tim internal. AE harus dapat menggunakan berbagai saluran komunikasi, seperti email, telepon, video conference, dan platform kolaborasi online, untuk tetap terhubung dengan semua pihak yang terlibat dalam proyek periklanan. Dengan demikian, komunikasi yang efektif antara AE, klien, dan tim internal menjadi landasan yang penting dalam merancang dan melaksanakan kampanye periklanan yang sukses di era digital yang terus berkembang.

Dan yang terakhir, Pemeliharaan Hubungan dengan Klien merupakan aspek krusial dalam peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan di era digital. AE tidak hanya bertugas merencanakan dan melaksanakan kampanye periklanan, tetapi juga bertanggung jawab untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan klien. Hal ini meliputi kemampuan AE untuk terus mengidentifikasi peluang baru yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis klien, baik dari segi pemasaran maupun dari perspektif strategis yang lebih luas.

Selain itu, AE juga harus mampu memberikan saran strategis kepada klien, berdasarkan pemahaman mendalam tentang tren pasar, perubahan dalam perilaku konsumen, dan inovasi terbaru dalam industri periklanan digital. Dengan memberikan saran yang relevan dan tepat waktu, AE dapat membantu klien untuk tetap kompetitif dan relevan di pasar yang semakin kompetitif.

Di tengah dinamika industri periklanan yang terus berubah, kemampuan AE dalam mengelola proyek periklanan dengan baik juga menjadi kunci dalam memastikan kesuksesan kampanye di era digital. AE harus dapat menetapkan jadwal yang realistis, mengoordinasikan tim internal dan eksternal dengan efisien, serta memastikan kepatuhan terhadap anggaran yang telah ditetapkan. Dalam lingkungan digital yang kompleks, di mana kampanye periklanan sering melibatkan banyak saluran dan platform, pengelolaan proyek menjadi lebih

menantang dan membutuhkan koordinasi yang cermat dari AE untuk memastikan bahwa semua elemen kampanye berjalan sesuai rencana dan tepat waktu.

AE juga harus memiliki keterampilan analisis yang kuat untuk memantau kinerja kampanye iklan di era digital. Mereka perlu mampu mengukur keberhasilan kampanye menggunakan berbagai metrik seperti tingkat keterlibatan, konversi, retensi, dan ROI (Return on Investment). Dengan analisis ini, AE dapat mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan di masa depan. Dengan demikian, AE tidak hanya bertanggung jawab atas perencanaan dan pelaksanaan kampanye iklan, tetapi juga memainkan peran penting dalam menganalisis dan mengevaluasi kinerja kampanye untuk meningkatkan efektivitasnya secara keseluruhan.

Bersamaan dengan kemajuan teknologi, Account Executive (AE) dihadapkan pada sejumlah tantangan yang menguji kemampuan mereka dalam menjalankan peran yang semakin kompleks. Salah satu tantangan utama adalah kebutuhan untuk terus mengembangkan keterampilan interpersonal, analitis, dan manajerial mereka. Dalam lingkungan kerja yang kompetitif dan dinamis, AE perlu memiliki kemampuan komunikasi yang kuat untuk berinteraksi dengan klien dan tim internal secara efektif. Mereka juga harus mampu mengelola proyek dengan efisien, mengkoordinasikan berbagai aspek kampanye periklanan, serta memastikan bahwa setiap tahap proyek berjalan sesuai rencana dan waktu yang telah ditetapkan.

Selain itu, AE juga dihadapkan pada tantangan dalam menganalisis data untuk memahami kinerja kampanye dan membuat rekomendasi strategis yang relevan. Di era digital, di mana data menjadi semakin penting, AE harus dapat menguasai alat dan teknik analisis data yang diperlukan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye periklanan. Kemampuan ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang berbagai metrik dan KPI (Key Performance Indicators) yang digunakan dalam mengukur keberhasilan kampanye, serta kemampuan untuk menginterpretasikan data dengan tepat untuk membuat keputusan yang informasional.

Beberapa tantangan yang dihadapi oleh Account Executive (AE) dalam proses perencanaan iklan di era digital meliputi pemahaman mendalam tentang teknologi dan platform digital (Skytree, 2022). Pertama, AE harus memiliki pengetahuan yang komprehensif tentang berbagai platform digital yang tersedia, seperti media sosial, mesin pencari, dan iklan berbayar. Mereka tidak hanya perlu mengenal platform tersebut, tetapi juga memahami cara terbaik untuk mengoptimalkan penggunaannya dalam mencapai tujuan kampanye periklanan. Selain itu, AE juga harus menguasai alat-alat analisis yang digunakan untuk mengukur kinerja kampanye iklan di platform digital, serta memahami bagaimana teknologi dan algoritma yang terus berkembang memengaruhi perilaku konsumen dalam lingkungan digital.

Kedua, personalisasi dan targeting menjadi aspek penting dalam peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan di era digital. AE harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana melakukan segmentasi dan targeting yang efektif untuk mencapai hasil yang optimal dalam kampanye periklanan. Dengan kemampuan untuk menyesuaikan iklan dengan audiens yang sangat spesifik, AE dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan relevan dan menarik bagi setiap segmen audiens, yang pada gilirannya dapat meningkatkan tingkat keterlibatan dan konversi.

Dalam personalisasi dan targeting, AE perlu memahami berbagai teknik dan alat yang tersedia untuk mengumpulkan dan menganalisis data audiens, seperti data demografis, geografis, perilaku, dan minat. AE juga harus mampu menginterpretasikan data ini untuk mengidentifikasi segmen audiens yang paling berpotensi dan menyesuaikan pesan iklan sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Dengan menggunakan teknik segmentasi dan targeting yang tepat, AE dapat meningkatkan efektivitas kampanye periklanan dengan memastikan bahwa iklan disampaikan kepada audiens yang paling mungkin meresponsnya.

AE dihadapkan pada tantangan dalam personalisasi dan targeting, terutama terkait dengan privasi dan etika penggunaan data konsumen. Mereka harus memastikan bahwa strategi segmentasi dan targeting yang mereka terapkan tidak melanggar privasi individu dan mematuhi regulasi yang berlaku terkait dengan penggunaan data konsumen. Dengan demikian, sambil memanfaatkan keunggulan teknologi dan data, AE juga harus mempertimbangkan aspek-etika dan privasi dalam merencanakan kampanye periklanan yang sukses di era digital yang semakin terhubung ini.

Ketiga, Account Executive (AE) perlu mengadopsi pemikiran kreatif dalam merancang pesan iklan yang menarik dan relevan dengan audiens di era digital yang penuh dengan informasi yang berlimpah. AE harus mampu mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi audiens secara mendalam serta mengubahnya menjadi konsep iklan yang inovatif dan memikat. Hal ini melibatkan memahami tren desain grafis, video, dan konten visual lainnya yang efektif di berbagai platform digital seperti media sosial, situs web, dan aplikasi mobile. AE perlu mengikuti perkembangan terbaru dalam desain grafis dan gaya komunikasi yang populer di kalangan audiens target mereka untuk memastikan pesan iklan dapat menonjol dan mencapai hasil yang diinginkan.

Dalam hal ini, AE juga harus memiliki pengetahuan yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi audiens di platform digital tertentu. Mereka perlu memahami bagaimana audiens berinteraksi dengan konten di berbagai platform, termasuk preferensi visual, gaya bahasa, dan durasi konten yang paling efektif. Dengan memahami tren desain dan gaya komunikasi yang efektif di platform digital yang berbeda, AE dapat menghasilkan pesan iklan yang lebih relevan dan menarik bagi audiens mereka, sehingga meningkatkan kemungkinan keterlibatan dan interaksi yang lebih tinggi.

Namun, AE juga dihadapkan pada tantangan dalam memastikan pesan iklan mereka tetap segar dan inovatif di tengah persaingan yang semakin ketat. Mereka perlu berinovasi secara terus-menerus dan berpikir di luar kotak untuk menciptakan konsep iklan yang unik dan memukau bagi audiens digital yang semakin cerdas dan terbiasa dengan konten yang beragam. Dengan demikian, pemikiran kreatif dan pemahaman tentang tren desain dan gaya komunikasi yang efektif di platform digital menjadi kunci dalam merancang pesan iklan yang sukses di era digital yang terus berkembang.

Keempat, Pemantauan kinerja kampanye menjadi bagian penting dari tugas Account Executive (AE) dalam industri periklanan di era digital. AE harus memiliki keterampilan analisis data yang kuat dan memahami berbagai metrik yang digunakan untuk mengukur keberhasilan kampanye iklan di platform digital. Ini mencakup memahami metrik seperti klik (click-through rate), konversi, retensi pelanggan, dan berbagai indikator lain yang mengukur tingkat keterlibatan dan efektivitas kampanye.

AE harus mampu menganalisis data dengan cermat untuk mendapatkan wawasan yang berharga tentang kinerja kampanye. Hal ini melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi tren, pola, dan perubahan dalam data, serta menafsirkannya dengan tepat untuk mengevaluasi keberhasilan kampanye. Selain itu, AE juga harus dapat mengevaluasi berbagai faktor yang memengaruhi kinerja kampanye, seperti targeting audiens, pesan iklan, dan kreativitas konten, untuk memahami faktor-faktor apa yang berkontribusi terhadap hasil kampanye.

Tantangan utama yang dihadapi oleh AE dalam pemantauan kinerja kampanye adalah kompleksitas data yang terkait dengan kampanye iklan di era digital. AE harus mampu mengelola dan menganalisis volume data yang besar dengan efisien, serta memastikan bahwa interpretasi data yang mereka hasilkan akurat dan bermanfaat untuk membuat keputusan strategis. Dengan memahami metrik kinerja dan keterampilan analisis data yang kuat, AE dapat memberikan wawasan yang berharga kepada klien dan tim internal untuk terus meningkatkan efektivitas kampanye iklan di era digital yang terus berkembang.

Kelima, Kolaborasi antara Account Executive (AE) dengan tim kreatif dan teknis adalah aspek kunci dalam proses perencanaan dan pelaksanaan kampanye iklan di era digital. AE bertanggung jawab untuk memastikan bahwa visi dan kebutuhan klien tercermin dalam konsep iklan yang dikembangkan oleh tim kreatif, sementara juga mengkoordinasikan implementasi teknis dari konsep tersebut oleh tim teknis. Kolaborasi yang baik antara tim-tim ini penting untuk memastikan keselarasan antara kreativitas konten iklan dan teknis pelaksanaan di berbagai platform digital.

Dalam kerangka kerja kolaborasi ini, AE berperan sebagai penghubung antara klien dan tim-tim kreatif serta teknis. AE harus mampu mengkomunikasikan visi dan kebutuhan klien dengan jelas kepada tim kreatif, sambil memastikan bahwa konsep iklan yang dikembangkan memenuhi tujuan bisnis dan preferensi klien. Selain itu, AE juga bekerja sama dengan tim teknis untuk memastikan bahwa konsep iklan dapat diimplementasikan dengan baik di platform digital yang ditargetkan, seperti media sosial, situs web, atau aplikasi mobile, dengan mempertimbangkan berbagai aspek teknis dan fitur platform.

Tantangan utama dalam kolaborasi ini adalah memastikan komunikasi yang efektif antara semua pihak yang terlibat, serta menjaga keselarasan antara visi klien, kreativitas tim kreatif, dan teknisitas implementasi tim teknis. AE harus memastikan bahwa semua tim memahami kebutuhan dan tujuan kampanye dengan jelas, sambil memfasilitasi diskusi dan pemecahan masalah ketika terjadi perbedaan pendapat atau tantangan teknis. Dengan kolaborasi yang baik antara tim kreatif dan teknis, serta peran yang efektif dari AE sebagai penghubung antara klien dan tim internal, kampanye iklan dapat dirancang dan diluncurkan dengan sukses di era digital yang dinamis ini.

Di era digital yang berkembang pesat, perubahan dalam teknologi dan algoritma platform merupakan tantangan yang signifikan bagi Account Executive (AE) dalam industri periklanan. AE harus selalu memperbarui pengetahuan mereka tentang tren terbaru dan perubahan algoritma yang terjadi di berbagai platform digital. Hal ini penting karena perubahan ini dapat memengaruhi cara iklan ditampilkan, disampaikan, dan diukur di platform-platform tersebut.

AE harus selalu berada di depan dalam memahami perubahan teknologi dan algoritma platform, serta mengidentifikasi cara terbaik untuk memanfaatkannya dalam kampanye iklan klien mereka. Mereka harus secara teratur melakukan riset dan pelatihan untuk tetap memahami perkembangan terbaru dalam teknologi periklanan digital, sehingga dapat memberikan saran dan strategi yang relevan kepada klien mereka. Dengan memahami perubahan teknologi dan algoritma platform dengan baik, AE dapat memastikan bahwa kampanye iklan yang mereka jalankan tetap efektif dan berkinerja tinggi di tengah lingkungan digital yang terus berubah.

Tantangan ke-enam yang dihadapi oleh AE adalah kecepatan perubahan dalam teknologi dan algoritma platform. Perubahan tersebut terjadi dengan cepat dan seringkali tidak terduga, sehingga AE harus tetap fleksibel dan siap untuk beradaptasi dengan cepat. Mereka harus mampu memahami implikasi perubahan tersebut terhadap kampanye iklan klien mereka, serta mengidentifikasi solusi yang tepat dan inovatif untuk mengatasi tantangan yang muncul. Dengan menjaga diri mereka tetap update dan fleksibel, AE dapat menghadapi tantangan perubahan teknologi dan algoritma platform dengan lebih baik, dan tetap memberikan nilai tambah kepada klien mereka di era digital yang dinamis ini.

Ketujuh, di tengah persaingan yang semakin ketat di dunia digital, Account Executive (AE) dalam industri periklanan dihadapkan pada tantangan untuk terus berinovasi dan menciptakan kampanye yang membedakan klien mereka dari pesaing. AE harus memiliki pemahaman mendalam tentang tren industri dan perilaku konsumen yang terus berubah, serta mampu mengidentifikasi peluang yang unik untuk membuat kampanye yang menonjol. Hal ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang keunggulan kompetitif klien mereka, serta kemampuan untuk mengubahnya menjadi konsep iklan yang inovatif dan memikat.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat, AE harus mampu merancang strategi periklanan yang kreatif dan efektif untuk menarik perhatian konsumen. Mereka harus memahami platform-platform digital yang paling relevan bagi target audiens klien mereka, serta mengidentifikasi cara terbaik untuk memanfaatkannya dalam menciptakan kampanye yang berhasil. Selain itu, AE juga harus selalu berada di depan dalam memahami strategi periklanan pesaing, sehingga dapat merancang kampanye yang lebih baik dan lebih menarik bagi audiens.

Tantangan utama yang dihadapi oleh AE dalam menghadapi persaingan yang ketat adalah menciptakan kampanye iklan yang benar-benar membedakan klien mereka dari pesaing. Ini membutuhkan kreativitas yang tinggi, kemampuan untuk berpikir di luar kotak, dan kemampuan untuk menghasilkan konsep iklan yang unik dan inovatif. AE harus terus mengembangkan ide-ide kreatif baru dan mengeksplorasi pendekatan yang berbeda dalam merancang kampanye iklan yang dapat menonjol di tengah keramaian digital. Dengan terus berinovasi dan menciptakan kampanye yang membedakan klien mereka dari pesaing, AE dapat membantu klien mereka untuk tetap relevan dan sukses di era digital yang kompetitif ini.

Terakhir, dalam peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan di era digital, pemahaman tentang etika dan privasi dalam penggunaan data konsumen menjadi sangat penting. AE harus memahami pentingnya menghormati privasi pengguna dan mematuhi standar etika yang berlaku dalam pengumpulan, penggunaan, dan pengelolaan data konsumen. Pelanggaran privasi dapat merusak reputasi klien dan perusahaan, serta dapat berdampak negatif pada hubungan dengan konsumen dan kredibilitas merek secara keseluruhan.

AE harus bertanggung jawab dalam memastikan bahwa data konsumen yang dikumpulkan dan digunakan dalam kampanye iklan dikumpulkan secara sah dan di dalam kerangka peraturan yang berlaku. Mereka harus memastikan bahwa konsumen memberikan persetujuan yang jelas dan dapat dipahami atas penggunaan data mereka, serta memberikan opsi untuk menarik persetujuan mereka jika diinginkan. Selain itu, AE harus memastikan bahwa data konsumen disimpan dan diproses dengan aman, untuk mencegah pelanggaran keamanan yang dapat mengakibatkan kerugian bagi konsumen dan klien mereka.

Tantangan utama yang dihadapi oleh AE dalam mengelola etika dan privasi data konsumen adalah menemukan keseimbangan antara memenuhi kebutuhan bisnis klien untuk mengumpulkan dan menggunakan data konsumen, sambil juga memastikan bahwa konsumen merasa aman dan terlindungi. AE harus senantiasa berada di garis depan dalam memahami perkembangan terbaru dalam regulasi dan standar privasi data, serta mengimplementasikan praktik terbaik dalam pengelolaan data konsumen. Dengan memahami dan menghormati etika dan privasi dalam penggunaan data konsumen, AE dapat memastikan bahwa kampanye iklan yang mereka jalankan tidak hanya efektif secara bisnis, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip moral yang penting bagi konsumen dan masyarakat secara luas.

Meskipun AE dihadapkan pada sejumlah tantangan, mereka tetap menjadi aset berharga dalam industri periklanan di era digital yang terus berkembang. Dengan kemampuan yang tepat dalam mengembangkan keterampilan interpersonal, analitis, dan manajerial mereka, AE dapat menjadi penggerak utama di balik kesuksesan kampanye periklanan yang sukses. Dengan terus beradaptasi dengan perubahan teknologi dan tren industri, AE dapat memainkan peran yang krusial dalam merencanakan dan mengelola kampanye periklanan yang efektif di lingkungan digital yang terus berubah. Dengan demikian, meskipun tantangan mungkin ada, AE tetap memiliki potensi untuk menjadi pemimpin yang efektif dalam industri periklanan di era digital ini.

Dalam menghadapi tantangan yang kompleks dan dinamis dalam industri periklanan, Account Executive (AE) harus memperhatikan pentingnya terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam industri ini. AE perlu mengakui bahwa industri

periklanan terus berkembang, terutama dengan adanya pergeseran ke arah teknologi digital yang semakin dominan. Oleh karena itu, mereka harus memiliki semangat belajar yang kuat dan terus meningkatkan pengetahuan mereka tentang periklanan tradisional serta teknologi digital yang berkembang pesat.

Menggabungkan pengetahuan tentang periklanan tradisional dengan pemahaman mendalam tentang teknologi digital menjadi kunci dalam mencapai kesuksesan dalam perencanaan iklan di era ini. AE harus memiliki pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip dasar periklanan yang berlaku secara tradisional, seperti strategi pemasaran, pemilihan media, dan analisis pasar. Namun, mereka juga harus mampu mengintegrasikan pengetahuan ini dengan pemahaman yang mendalam tentang teknologi digital, termasuk media sosial, periklanan berbasis data, analisis perilaku konsumen online, dan platform digital lainnya.

Dengan memadukan pengetahuan tentang periklanan tradisional dengan pemahaman tentang teknologi digital, AE dapat merancang strategi iklan yang lebih holistik dan efektif untuk klien mereka. Mereka dapat menggunakan berbagai alat dan platform digital yang tersedia untuk mencapai target audiens dengan lebih efisien, sambil tetap memperhatikan prinsip-prinsip periklanan yang sudah terbukti. Selain itu, dengan terus belajar dan beradaptasi dengan perubahan industri, AE dapat tetap relevan dan kompetitif dalam menghadapi tantangan yang terus berkembang di dunia periklanan yang didorong oleh teknologi digital.

## **KESIMPULAN**

Peran Account Executive (AE) dalam industri periklanan telah menjalani transformasi yang mendalam seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital. Dalam era digital yang terus berkembang ini, AE tidak lagi hanya berperan sebagai penghubung antara agensi periklanan dan klien, tetapi juga memegang peran yang lebih luas dan kompleks dalam seluruh proses perencanaan iklan. Mereka berada di garis depan dalam menghubungkan visi dan tujuan klien dengan eksekusi kampanye periklanan yang efektif di berbagai platform digital yang semakin bervariasi. Dalam hal ini, AE perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan tujuan klien mereka, serta kemampuan untuk mentransformasikan informasi ini ke dalam strategi periklanan yang dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan digital yang dinamis.

Tantangan yang dihadapi oleh AE dalam mengemban perannya di era digital tidaklah sedikit. Mereka harus mampu menghadapi berbagai perubahan teknologi dan algoritma yang terjadi dengan cepat, serta menjawab persaingan yang semakin ketat dalam industri periklanan. Selain itu, AE juga harus memperhatikan aspek etika dan privasi dalam penggunaan data konsumen, mengingat pelanggaran terhadap privasi dapat berdampak buruk pada reputasi klien dan perusahaan secara keseluruhan. Di tengah semua tantangan ini, AE perlu memiliki keterampilan yang sangat mendalam dalam menggabungkan pengetahuan tentang praktik periklanan tradisional dengan pemahaman yang kuat tentang teknologi digital. Dengan memadukan kedua hal ini, AE dapat menciptakan strategi iklan yang inovatif dan relevan, sehingga dapat mencapai kesuksesan dalam menghadapi dinamika industri periklanan di era digital.

Dengan demikian, peran AE dalam industri periklanan telah berubah secara signifikan di era digital ini. Pentingnya peran mereka dalam menghadapi kompleksitas dan dinamika industri periklanan yang terus berkembang sangatlah besar, dan perlunya terus meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka untuk tetap relevan dan kompetitif dalam industri yang dinamis ini tidak dapat dipungkiri. Dengan terus belajar, beradaptasi, dan menggabungkan pengetahuan tradisional dengan teknologi digital, AE dapat memainkan peran yang krusial dalam membantu klien mereka mencapai kesuksesan dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye iklan di era digital yang terus berubah ini.

## REFERENSI

- 123dok. (2022). Peran Account Executive Pada Sebuah Media. pp. <https://text-id.123dok.com/document/wq2k94g6q-peran-account-executive-pada-sebuah-media.html>.
- Ardiman. (2019). PERAN ACCOUNT EXECUTIVE INEXUS ADVERTISING DALAM PROSES PERENCANAAN IKLAN. Jurnal Bisnis dan Informatika.
- Bouche. (2023). ACCOUNT EXECUTIVE: PENGERTIAN, JENJANG KARIR, TUGAS, DAN TANGGUNG JAWAB. pp. <https://www.bouche.com/blog/agency/account-executive-pengertian-jenjang-karir-tugas-dan-tanggung-jawab/>.
- Fransiska. (2023). Perencanaan Kreatif Periklanan. pp. <https://tambahpinter.com/perencanaan-kreatif-periklanan/>.
- Iprobe, R. (2023). Sukses Jadi Account Executive, Pahami Tugas dan 5 Skillnya! pp. <https://broadwayshr.com/blog/account-executive-adalah/>.
- Skytree. (2022). 8 Tantangan Pemasaran Digital. pp. <https://www.skytreedgtl.com/insight/articles/8-tantangan-pemasaran-digital>.
- Tampubolon, A. (2019). Peran Account Executive DI Era Digital Dalam Proses Perencanaan Iklan. Jurnal Komunikasi dan Bisnis.