



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PT Milestone Dinamika Perkasa

2.1 Profil Perusahaan Milestone Agency

2.1.1 Tentang PT Milestone Dinamika Perkasa

PT Milestone Dinamika Perkasa berdiri sejak 2003 sebagai agensi yang menyediakan jasa *branding*, *advertising*, kampanye terintegrasi, strategi komunikasi pemasaran, dan sebagainya. Pada awal berdirinya, Milestone melihat bahwa pemasaran sebuah bisnis merupakan hal yang rumit dilakukan oleh sebuah perusahaan yang harus membagi fokusnya kepada hal-hal besar selain pemasaran, yakni pada produk, hubungan internal-eksternal, dan sebagainya. Maka itu Milestone ingin menawarkan jalan yang sederhana untuk perusahaan-perusahaan tersebut untuk melakukan pemasaran dengan dampak yang kuat. Milestone percaya bahwa satu-satunya cara untuk mencapai komunikasi pemasaran yang sukses adalah dengan terus-menerus membangun hubungan baik antara klien dan agensi, dan dengan bekerja sama, kedua pihak akan sama-sama mencapai tujuan yang diinginkan, untuk itu Milestone memiliki nilai yang dipegang kuat, yaitu untuk saling percaya pada klien dan sebaliknya.

Gambar 2. 1 Logo Milestone



Sumber : Company Profile PT Milestone Dinamika Perkasa

Berlokasi di Jakarta Selatan dan Bali, sejak berdirinya Milestone telah memiliki kurang lebih 100 klien yang sebagian besar adalah BUMN seperti Damri, Taspen, BNI, PT PP Presisi, BRI, AXA, Angkasa Pura II, dan sebagainya, serta badan usaha lain seperti Sour Sally's, Francis, Wacoal, Kansai Paint, The Pakubuwono, Pullman,

Mustika Ratu, iCAN British International School, dan sebagainya. Beberapa klien tersebut ada yang memiliki kontrak panjang mulai dari tiga hingga lima tahun. Sedangkan jasa yang ditawarkan oleh Milestone kepada klien di antaranya adalah *branding, strategic planning, advertising, TV commercials, graphic design, integrated campaign, digital, corporate communications, social media, media planning and buying, mobile, SEO, web design* dan layanan lainnya yang masih dapat dijabarkan secara spesifik. Pada 2019, Milestone banyak bekerja sama dengan perusahaan terutama BUMN dan memberikan jasa *branding* yang di antaranya adalah membantu klien tersebut untuk menciptakan identitas *brand*, menciptakan *tagline* serta nama, menyusun panduan visual dan identitas *brand*, menyusun arsitektur *brand*, membuat kemasan, serta membantu dalam legalisasi *brand*. Selain itu beberapa klien juga secara spesifik menjalin kontrak dengan Milestone untuk membuat profil perusahaan serta melakukan riset kualitatif dan kuantitatif untuk target pasar perusahaan.

Gambar 2. 2 Daftar Klien Milestone

CLIENTS			
Automotive Renault	Lippo General Insurance Standard Chartered Bank Tripartita Insurance	Jonathan's Bakeshop Kemixtri Gastro Bar Sana Sini Restaurant Sour Sally	Industrial & Manufacturing Astra Honda Motor Berkat Safety Equipment Hikaron Fabrics Kansai Paint KPBN Pancabudi Pioneer Du Pont Semen Instan Mortar Utama Venus Tile Yamaha Marine Indonesia
Aviation & Flight Services Royal Brunei Airlines Turkish Airlines Angkasa Pura Solusi	Consulting & Legal Firm SF Consulting AYMP Law Firm	Healthcare 2FT Orthotics Family Chiropractic Orron Healthcare	Oil & Gas Indika Energy Trading Nusam Energy International PT Indo Tambangraya Megah PT Multi Tambang Jaya Utama PT Timah Tbk Reliance Group Shell
Banking & Financial Services AXA Indonesia Axa Mandiri Bank BNI 46 Bank BRI Bank BTN Bank Danamon BFI Finance Eastspring Investment Generali Insurance	Consumer Goods Bebelac Indofood Fritolay Makmur	Hotels Bisma Eight Liberta Hotels Pullman Hotel & Resort Puspamaya Hotels Royal Ambarukmo Hotel Snuz Hotels Umasan Hotels	
	Food & Beverages Analogy Patisserie Figaro Gelato Fika Coffee Francis Artisan Bakery		

CLIENTS			
Institution & Non Profit Organization Beacon Academy iCan British International School PT Suma Harmoni YAPNAS Indonesia Yayasan Onkologi Anak Indonesia	PT Waskita Realty Pullman Hotel & Resorts Rasuna Epicentrum Royal Ambarukmo Hotel Spring Hill Golf Residence Srihapan Mega Persada Tamansari Amarta Telkom Property The Manhattan Square The Pakubuwono Residence The Suites Tower	Retail Batik Danar Hadi CFS Commercial Kitchen Eprise Indonesia PT Mustika Ratu Tbk Pop Pilot Sampoerna Retail Community Wacoal Indonesia	Transportation & Logistics China Harbour Indonesia Perum Damri Mobil 88 Sinar Wijaya Trans TRAC Astra Rent a Car WMI Rent
Property & Commercial Bakrie Tower Fit Realty Gunung Putri Square Mandau City Payon Amarththa Pacific Heights PT Agung Podomoro Land Tbk PT Metropolitan Land Tbk PT PP Properti Tbk PT Wilka Realty	Consulting & Legal Firm SF Consulting AYMP Law Firm Publisher Mobiliari Group	Technology Axioo CBN NEX Data Center Nida Rooms Sanex Tel Sharp	Travel and Tourism Corporate Room Deal Dwidaya Tour & Travel Lalalaway Panorama JTB MG Group MG Bedbanks Swiss Contact Wisata

Sumber : Company Profile PT Milestone Dinamika Perkasa

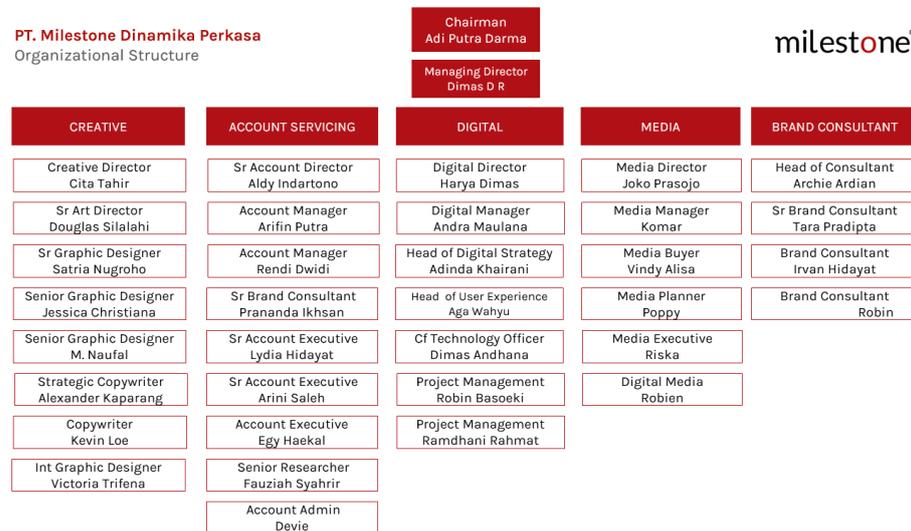
Pada proses kesepakatan perusahaan dalam menjadi klien, biasanya Milestone melakukan *background check* terlebih dahulu terhadap perusahaan/calon klien tersebut, dan yang menjadi parameter utama adalah, apakah industri perusahaan tersebut merupakan industri yang menarik untuk dijadikan portfolio Milestone, kemudian bagaimana perkembangan bisnis perusahaan tersebut selama kurang lebih lima tahun terakhir, dan apakah Milestone sedang memiliki klien serupa dengan calon klien tersebut merupakan hal yang harus dipertimbangkan, hal ini karena Milestone mempertahankan konfidensialitas klien. Pada 2019, klien terbesar Milestone di antaranya adalah Sampoerna Retail Community, Taspem, Kansai Paint, serta Ando, dan jasa yang diberikan pada klien-klien tersebut adalah *Branding 360*, yakni persiapan mulai dari *brand audit*, *brand architecture*, serta perumusan masalah pemasaran, tujuan *brand*, serta akhirnya menentukan keperluan untuk *rebranding* atau tidaknya sebuah perusahaan.

Selain itu pada 2015 Milestone menyadari bahwa aset terpenting sebuah perusahaan terletak pada *people* atau tenaga kerjanya, maka itu Milestone hanya menerima praktisi dengan pengalaman minimal tiga tahun di bidang tersebut. Proses penerimaan staff paruh dan penuh

waktu sangat diperhatikan, karena siapa orang di dalam perusahaan tersebut sebenarnya lebih penting. Hal ini dilakukan Milestone karena visi mereka, yakni menjadi konsultan terbaik di Asia, serta misi mereka yaitu bukan hanya mendapatkan *award*, tapi Milestone ingin membantu klien untuk memiliki *brand* yang baik dengan dampak yang massif terhadap *sales* klien tersebut. Maka itu, dengan menjalani komitmen untuk mencapai visi dan misi tersebut, Milestone berhasil mendapatkan penghargaan dari Global *Brand Excellence Awards* selama tiga tahun berturut-turut sejak 2017, dan pada 2019 Milestone berhasil mendapatkan *gold* pada kategori Local Hero National Agency (*Branding Agency*), dan *bronze* pada seluruh kategori.

2.1.2 Struktur Organisasi PT Milestone Dinamika Perkasa

Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Milestone



Sumber : Company Profile PT Milestone Dinamika Perkasa

Penjelasan dari struktur organisasi PT Milestone Dinamika Perkasa adalah sebagai berikut:

1. *Chairman* = *Chairman* adalah dimana jabatan tertinggi di dalam perusahaan, yang memiliki tugas sebagai pemilik dan menerima pertanggung jawaban dari *Managing Director*.
2. *Managing Director* = Memiliki tugas untuk membuat laporan pertanggung jawaban seluruh aktivitas perusahaan dengan klien dan internal.
3. *Creative* = Sebagai penyedia kebutuhan kreatif seperti visual dan konten tertulis.
4. *Account Servicing* = Menjalin hubungan dengan klien dan sebagai perantara antara agensi dan klien, selain itu *Account* juga bertugas untuk membuat kesepakatan dengan klien.
5. *Digital* = Sebagai konsultan untuk klien yang membutuhkan jasa digital seperti website, dan sebagainya. Termasuk di dalamnya juga divisi IT internal perusahaan.
6. *Media* = Sebagai konsultan *media planner* dan bagian yang bertugas untuk membuat kesepakatan dengan *platform-platform* iklan.
7. *Brand Consultant* = Sebagai *strategist* dan konsultan untuk *brand* klien, termasuk juga membangun strategi pemasaran untuk kampanye dan sebagainya.

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Kreatif

Pada pelaksana kerja praktik magang, penulis berada di divisi kreatif. Dalam perusahaan ini peran divisi kreatif sangat penting dalam menyediakan kebutuhan klien. Divisi kreatif sebagai sumber utama kebutuhan klien berperan penting dalam menyediakan konten visual dan tulisan untuk keperluan pemasaran, internal perusahaan, dan sebagainya yang akhirnya dapat menunjang tingkat penjualan dalam perusahaan klien tersebut, untuk divisi kreatif selalu dihadapkan dengan tenggat waktu. Divisi kreatif ini

dipimpin oleh Cita Tahir sebagai *Creative Director*. Milestone berkomitmen untuk memberikan yang terbaik untuk klien, sehingga kreatif memiliki peran besar untuk menciptakan kepuasan tersebut.

Tugas dari divisi kreatif dibagi menjadi dua kepala yaitu *graphic design* dan *copywriting*. Sebagian besar tugas yang diberikan pada divisi kreatif bagian *graphic design* adalah mengerjakan grafis untuk klien, yang di antaranya adalah menyediakan desain logo, kemasan, media sosial, dan desain *brand collaterals* yang di antaranya untuk *merchandise*, alat tulis, template dokumen perusahaan, kemudian juga desain untuk *company profile*, dan sebagainya. Sedangkan bagian *copywriting* bertugas untuk membuat rasional dari desain-desain tersebut, seperti misalnya rasional logo, kemudian membuat *caption*, artikel, *bodycopy*, penamaan, *tagline*, dan sebagainya. Kedua bagian ini memiliki frekuensi kerja sama yang padat, karena semua desain harus mengikuti *background story* yang diciptakan oleh *copywriter*. Sehingga dapat dikatakan bahwa divisi di mana penulis ditempatkan yaitu *graphic designer* banyak berasosiasi dengan kepala divisi kreatif yaitu *creative director*, kemudian divisi *copywriter*, *strategist*, serta *account executive* yang ditugaskan dalam project yang sedang dikerjakan.

Pada praktiknya, tugas yang dilakukan *creative director* dalam sebuah projek adalah memonitor seluruh kerja tim kreatif dan membantu menyampaikan *client's brief* yang telah diterima oleh *account executive* kepada tim kreatif. Setelah mendapatkan *brief*, tim kreatif akan bekerja mengikuti *brief* dan kembali mengirimkannya ke *creative director* untuk mendapatkan *internal feedback*, yang berarti pekerjaan tersebut akan mendapat revisi dari *creative director* sebelum akhirnya dikirimkan ke klien lagi oleh *account executive*. Kemudian, setiap Senin Milestone akan mengadakan rapat mingguan di mana tim akan membahas mengenai pekerjaan dan klien yang sedang ditangani untuk seminggu ke depan, dan dalam rapat tersebut *creative director* akan membagi-bagi tugas untuk tim kreatif.

Dalam mengerjakan proyek yang membutuhkan konten tulisan, biasanya tim *graphic design* akan menunggu konten dari tim *copywriting* terlebih dahulu kemudian mengolahnya menjadi visual, tetapi terkadang tim *graphic design* juga bisa mengerjakan visual sambil menunggu tim *copywriting* menyelesaikan kontennya, kemudian baru dimasukkan ke dalam visual yang telah dibuat. Untuk pembuatan logo biasanya tim *graphic design* akan membuat desain sesuai *brief* yang diberikan *account executive* yang didapatkan dari klien terlebih dahulu, kemudian desain logo tersebut jika telah disetujui oleh tim internal (*creative director*) akan diberikan ke tim *copywriting* untuk dibuatkan rasionalnya, yakni penjelasan mengapa memilih bentuk, font, serta warna pada desain yang diajukan tersebut.

Tim kreatif juga banyak bekerja sama dengan tim *strategist*, karena mereka lah yang memberikan gambaran dan tujuan dari konten yang harus dihasilkan. Misalnya pada rancangan media sosial klien, tim *strategist* akan membantu menyampaikan tujuan dari konten yang harus dibuat, seperti misalnya ingin memproduksi konten yang interaktif, maka tim kreatif harus membuat *copy* dan visual yang interaktif. Tim *graphic design* juga membantu saat tim *strategist* menyusun *powerpoint* untuk *pitching*, setiap strategi yang dituangkan harus memiliki gambaran jelas, maka itu tim kreatif membantu merealisasikan strategi-strategi tersebut.