

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Profil Perusahaan Hakuhodo

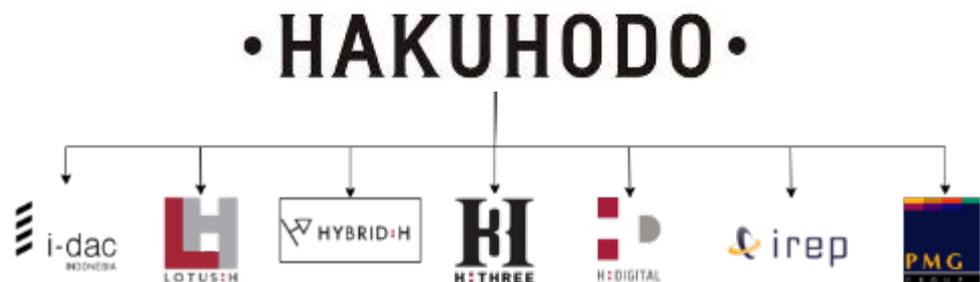
Gambar 2.1 Logo Hakuhodo

• HAKUHODO •

Sumber: HAKUHODO GLOBAL, 2020

Hakuhodo merupakan salah satu *integrated marketing agency* tertua di Jepang yang didirikan oleh Hironao Seki pada bulan Oktober 1895. Hakuhodo Indonesia sendiri memiliki anak perusahaan di antaranya, I-DAC Indonesia, Lotus:H, Hybrid:H, H:Three, H:Digital Indonesia, Digital Marketing Indonesia, Digital Marketing Indonesia (IREP), dan PMG Indonesia.

Gambar 2.2 Struktur Anak Perusahaan Hakuhodo Indonesia



Sumber: Data Olahan, 2020

Erik (2020) mengemukakan bahwa pembagian Hakuodo menjadi delapan anak perusahaan merupakan strategi bisnis karena memiliki klien yang berbeda. Setiap anak perusahaan memiliki entitas yang berbeda, dan entitas ini memengaruhi klien yang akan mereka tangani. Tujuan utamanya adalah untuk mengatasi *conflict of interest* antara anak perusahaan Hakuodo Indonesia. Terdapat dua jenis agensi yaitu; yang pertama adalah *creative agency* yang terdiri dari agensi-agensi berikut; Lotus: H, Hakuodo, Hybrid: H, dan H: Three. Kedua, *digital media placement* meliputi; H:Digital dan I-DAC.

PT Hardana Widya Mahir (Hybrid:H) berdiri sejak tahun 2016 sebagai *full-service agency* dan lembaga ketiga jaringan Hakuodo Network Indonesia yang terasosiasi langsung dengan Jepang. Hybrid:H telah terdaftar di Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I). Beberapa klien yang ditangani oleh Hybrid:H antara lain; Toyota, Fatigon by Kalbe, Maybelline, L'oreal Paris, dan Lilla by Sociolla. Namun, saat ini Hybrid:H hanya fokus pada Toyota dan Fatigon saja.

Gambar 2.3 Logo Hybrid:H



Sumber: Data Internal, 2020

Filosofi logo Hybrid:H memiliki simbol panah ke atas yang memiliki arti *take everything further* atau melangkah lebih jauh, melambangkan bahwa karyawan Hybrid:H berhak untuk mencurahkan kemampuannya untuk berkembang menjadi pribadi yang kompeten. Sama seperti anak perusahaan lainnya, logo Hybrid:H mengacu pada logo utama Hakuodo Internasional yang memiliki dua titik merah. Titik pertama melambangkan titik awal

setiap karyawan dalam menghadapi tantangan secara mandiri untuk menciptakan titik fokus baru dalam gaya hidup dan masyarakat. Sementara titik kedua melambangkan koneksi. Hybrid:H membebaskan karyawan untuk memberikan ide agar menciptakan solusi kreatif yang inovatif.

2.1.2 Visi dan Misi Hybrid:H

Hybrid:H memiliki visi dan misi perusahaan yang menjadi landasan dalam menjalankan proyeknya, sebagai berikut:

a. Visi

Menciptakan *mindset* baru bahwa jawaban dari sebuah permasalahan bukanlah sekadar *advertising agency* melainkan menawarkan sebuah solusi kreatif untuk klien.

b. Misi

1. *Take it further.* Hybrid selalu berupaya untuk mengembangkan sebuah jawaban permasalahan menjadi solusi kreatif yang inovatif lebih dari dua ide dalam rangka menciptakan sebuah solusi kreatif yang inovatif.
2. Tidak hanya mengandalkan iklan sebagai solusi, tetapi juga menjawab kebutuhan klien dengan ide kreatif yang disusun berlandaskan filosofi *sei-katsu-sha*.

2.1.3 Divisi yang ada di Hybrid:H

Hybrid:H memiliki enam divisi, sebagai berikut:

1. *Account Management*

Divisi ini terdiri dari ini *account director*, *account manager*, *account executive*. Tugas utama divisi ini adalah untuk menyusun strategi pemasaran yang akan dijalankan selanjutnya, menawarkan dan negosiasi iklan

kepada pengiklan, dan menjalin relasi dan komunikasi yang baik dengan klien dan instansi internal.

2. *Creative*

Divisi ini terdiri dari *creative director*, *associate creative director*, *creative group head*, *art director*, *copywriter*, dan *graphic designer*. Divisi ini bertanggung jawab untuk menciptakan ide kreatif yang tepat untuk kampanye ataupun iklan dalam berbentuk draft dalam format *script*, *visual*, dan *audio*.

3. *Creative Service*

Divisi ini terbagi menjadi *senior producer*, *production admin support*, dan *traffic stuff*. Divisi ini berkolaborasi dengan divisi kreatif untuk memproduksi iklan seperti, *photography* di media cetak, ataupun *TVC* di media televisi dan memproduksi *creative product* seperti *wobbler*, *flag chain*, *shelf talker*, *x-banner*, *hanging banner*, brosur, *flyer*, dan sebagainya. Selain itu, tugas dari *traffic stuff* adalah mengoordinasi setiap kegiatan antara klien dengan tim kreatif terhadap rencana, penjadwalan, dan solusi dari alur kerja antar divisi.

4. *Strategic Planner*

Divisi ini hanya terdiri dari *associate strategic planner director* dan *senior strategic planner*. Tugas utamanya adalah bertanggung jawab untuk riset mencari *insight* secara kreatif, menulis *creative brief*, dan merancang komunikasi pemasaran dengan strategis.

5. *Finance*

Divisi *finance* terdiri dari *finance accounting & tax manager*, *senior finance accounting & tax*, dan *finance accounting assistant*. *Finance* bertanggung

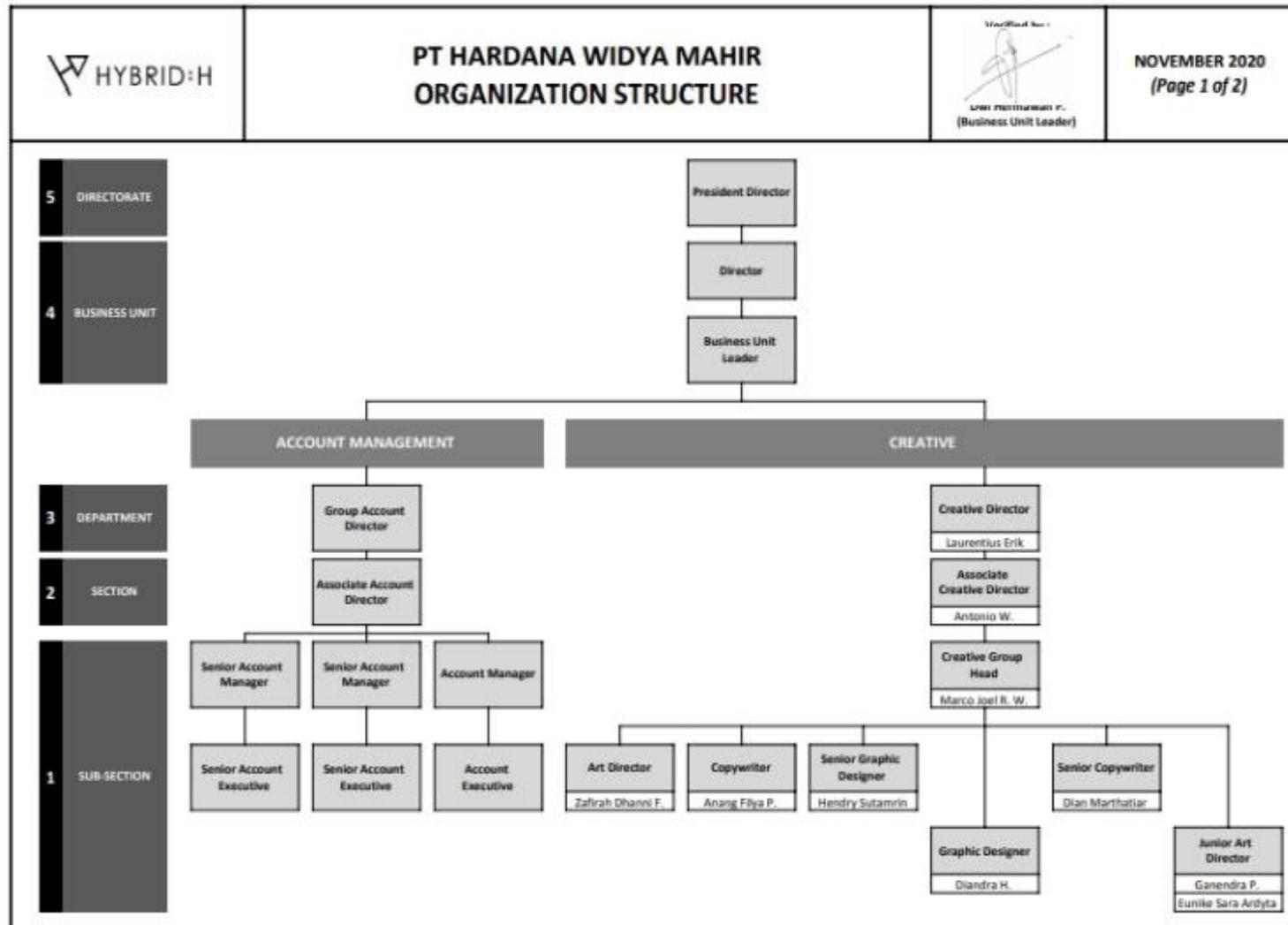
jawab untuk menangani setiap pengeluaran dan pemasukan yang dilakukan dan akan menangani pembayaran gaji, tunjangan, biaya penjualan, & biaya bisnis dalam perusahaan.

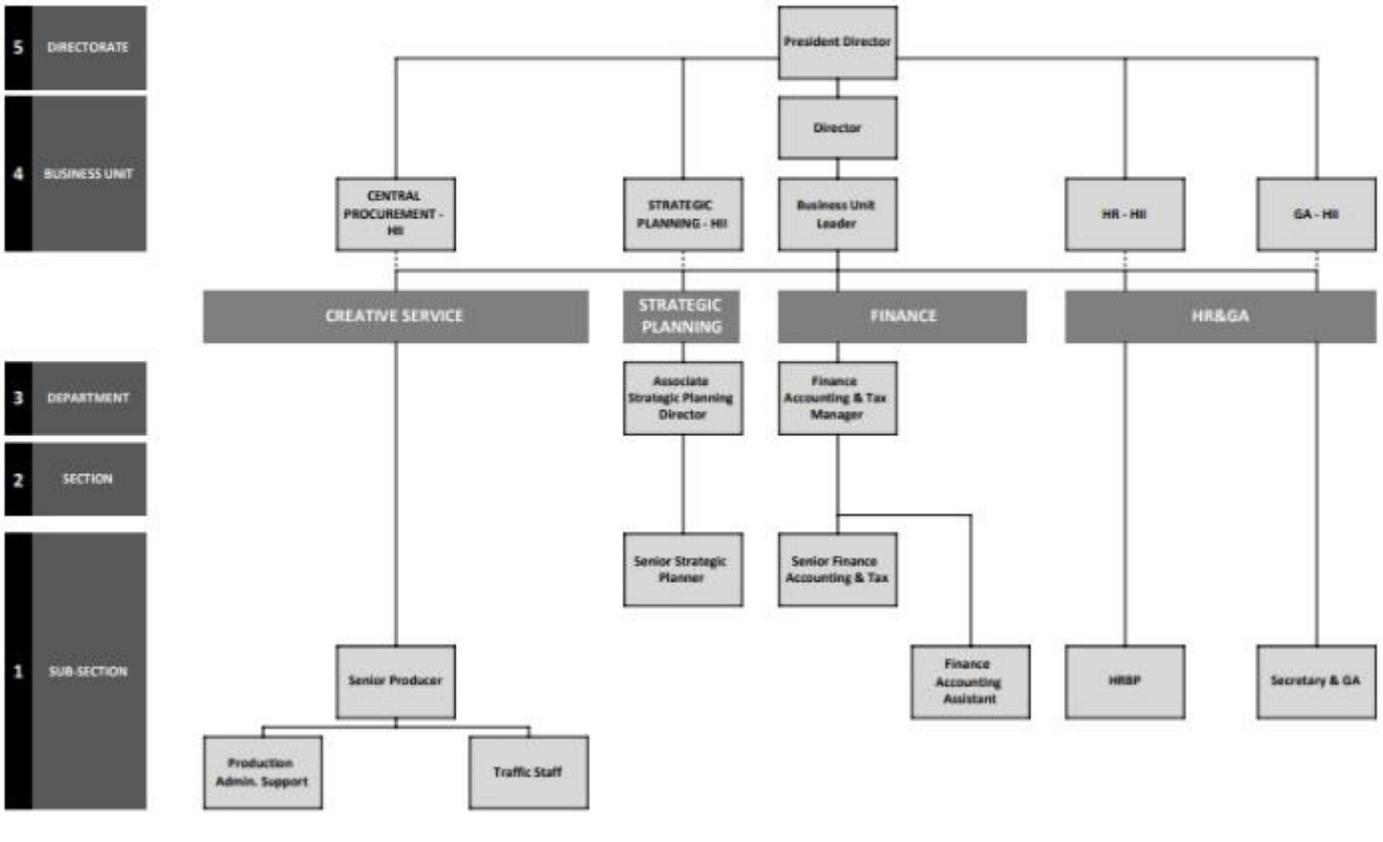
6. *Human Resource and General Affairs*

Divisi terakhir dalam Hybrid:H ini terdiri dari *Human Resource Business Partner* (HRBP) dan *secretary*, dan *general affairs* yang bertanggung jawab untuk menangani keperluan karyawan seperti mendukung kegiatan operasional, fasilitas perusahaan, pengembangan karakter, rekrutmen tenaga kerja, dan sebagainya.

2.1.4 Struktur Organisasi Hybrid:H

Gambar 2.4 Struktur Organisasi Hybrid:H

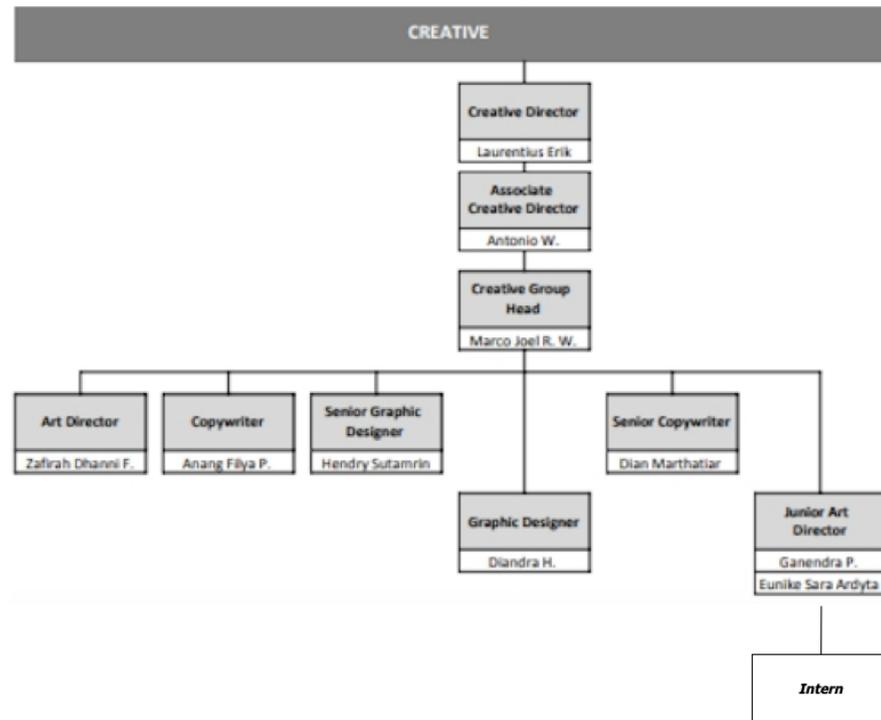




Sumber: Dokumen Internal, 2020

2.2 Ruang Lingkup Kerja *Creative Department*

Gambar 2.5 Struktur *Creative Department* di Hybrid:H



Sumber: Dokumen Internal, 2020

Creative merupakan salah satu unit kerja di Hybrid: H. Layanan utama dalam *creative* adalah merancang ide kreatif yang tepat untuk kampanye ataupun iklan dalam berbentuk draft dalam format *script*, *visual*, dan *audio*.

Setelah mendapatkan *brief client* yang didiskusikan dengan perwakilan divisi, setiap anggota divisi *creative*, seperti *graphic designer*, *group head creative*, *creative director*, *copywriter*, *art director* melakukan *self-storming* sebelum *brainstorming*. Tujuan *self-storming* adalah untuk mengembangkan diri sendiri mencari ide sehingga menemukan ide potensial, dengan waktu yang ditentukan. Setelah itu, semua anggota divisi *creative* berkumpul dan mengemukakan ide hasil *self-storming*, misalkan satu anggota memiliki sepuluh ide. Anggota *creative* saling bertukar ide untuk memilih ide potensial, misalkan dari 50 ide terpilih sepuluh ide potensial. Setelah itu, anggota melakukan *brainstorming* hingga akhirnya menentukan ide yang paling mungkin untuk diajukan ke klien.

Ketika ide sudah ditentukan menjadi *final*, anggota melakukan tugasnya masing-masing. *Art director* membuat desain *layout* dan *visual style*, *copywriter* menulis *script*, *storyline*, *caption*, dan bekerja sama dengan *art director* untuk membuat visual dan *copy* untuk kampanye iklan. *Graphic designer* membantu *copywriter* & *art director* untuk menginterpretasikan visual dalam bentuk desain grafis, mengembangkan *prototype* desain berdasarkan *brief*. Lalu, hasil kerja diserahkan kepada *creative director* untuk diperiksa sebelum diajukan kepada klien.