



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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 PERUSAHAAN

#### 2.1. Sejarah Perusahaan

Sejarah perusahaan Dentsu Grup seperti yang dilansir dalam *official website* [www.dentsu.com](http://www.dentsu.com) yaitu perusahaan periklanan Jepang ini berdiri sejak tahun 1901 di bawah naungan Hoshiro Mitsunaga, yang pada awalnya merupakan perusahaan surat kabar yang kemudian menjadi *news agency* bernama *Dentsu Group*. Selanjutnya pada tahun 1936, Dentsu menjadi eksklusif bergerak hanya di bidang periklanan. Beberapa tahun ini, Dentsu inc. masih menjadi pangsa teratas di pasar periklanan di Jepang, dengan berkontribusi sebanyak 10,5% dari pasar global. Dalam hal penjualan bersih pun Dentsu adalah perusahaan periklanan No.1 di pasar domestik.

Menyesuaikan tren masyarakat di dunia. Pada tahun 2010, *Dentsu Group* membangun *Dentsu Digital* di Jepang dan pada tahun yang sama *Dentsu Digital* di bentuk di Indonesia, Pada tahun 2012, Dentsu membentuk *Dentsu Inter Admark Media Group* Indonesia untuk memayungi perusahaan *Dentsu Media* di luar Jepang. Maka dari itu, sekarang *Dentsu Digital* merupakan suatu anak perusahaan dari *Dentsu Inter Admark Media Group* Indonesia.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 2.2. Identitas Perusahaan



# Dentsu Digital

Gambar 2.1. Logo PT. Dentsu Digital

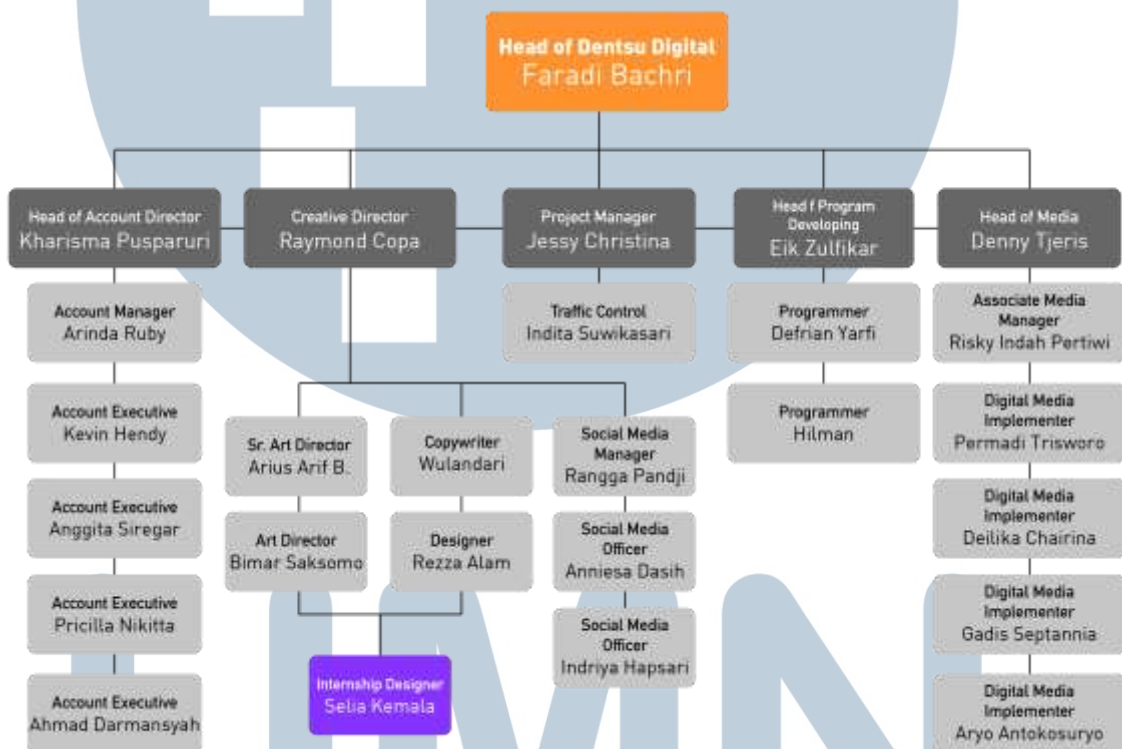
(sumber: <https://www.kulzy.com/company/1706/dentsu-digital/>)

"*Good Innovation.*", filosofi perusahaan Dentsu *Group*, yang mewujudkan tekad *Groupwide* yang kuat untuk menciptakan nilai baru dan untuk memandu proses reformasi baik di dalam grup dan dalam masyarakat pada umumnya. Bercita-cita untuk melayani klien dengan memberikan solusi yang memenuhi tantangan yang disajikan oleh perubahan di masyarakat, lingkungan dan gaya hidup konsumen, Dentsu menyediakan beragam layanan yang sesuai dengan *solution-building partner* dengan kemampuan untuk mengatasi berbagai masalah klien, termasuk manajemen, bisnis kegiatan dan rencana pemasaran, baik di tingkat perusahaan dan organisasi. Dentsu memperluas kegiatannya untuk melayani kebutuhan masyarakat, dan berusaha untuk mendukung inovasi dalam masyarakat secara keseluruhan.

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 2.3. Struktur Perusahaan

Berikut ini merupakan struktur organisasi yang ada di Dentsu Digital Division. Yang dipimpin oleh Faradi Bachri sebagai *Head of Dentsu Digital* yang membawahi Kharisma Pusparuri sebagai *Head of Account Director*, Raymond Copa sebagai *Creative Director*, Jessy Christina sebagai *Project Manager*, Eik Zulfikar sebagai *Head of Program Developing*, dan Denny Tjeris sebagai *Head of Media*.



Gambar 2.2. Struktur Perusahaan PT. Dentsu Digital

(sumber: Dokumentasi Pribadi)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 2.4. Divisi Pada Dentsu Digital

### 1. Divisi Account Executive

AE memiliki pekerjaan untuk menjembatani keinginan klien kepada tim kreatif Dentsu Digital, dan merupakan divisi yang mengetahui banyak informasi mengenai *pitching brand* baru atau *project* baru dari suatu *brand*. Account Executive di Dentsu Digital adalah karyawan yang juga melakukan meeting dengan berbagai AE dari Dentsu Group untuk membicarakan mengenai brand atau project baru. Account Executive juga merupakan orang yang berperan penting dalam *pitching*, karena *Account Executive* dan Tim Kreatif yang akan melakukan presentasi di depan klien.

### 2. Divisi Media

Divisi media merupakan divisi yang membuat strategi dalam pemilihan media dan pemilihan influencer sehingga campaign bisa berjalan dengan efektif. Dalam Dentsu Digital divisi media bertugas sebagai *media planner* sekaligus *Digital Media Implementer*. *Media Planner* adalah orang yang bertugas untuk memilih penempatan *spot* iklan dengan media yang akan menyesuaikan dengan *budget* dari klien dan membuat ME serta order kepada media untuk melakukan *booking spot*. Sedangkan *digital media implementer* memiliki tugas untuk melakukan *monitoring* terhadap *campaign* yang sedang berjalan dan menghubungi berbagai *influencer* yang berupa selebritas, tokoh publik, dan tokoh media sosial yang memiliki karakter yang sesuai dengan campaign yang sedang berjalan untuk mempromosikan *brand* dan aktifitas *brand* yang sedang berlangsung.

### 3. Divisi Kreatif

Divisi kreatif memiliki dua bagian yaitu divisi kreatif itu sendiri dengan divisi *developer*. Divisi kreatif merupakan divisi yang menghasilkan berbagai konsep ide dan strategi untuk memenangkan suatu *brand* dalam

*pitching*. Divisi kreatif dalam Dentsu *Digital* terdiri dari *Graphic Designer*, *Copywriter*, dan *Creative*. Pembuatan *banner* oleh *graphic designer* dan pembuatan *copy* dilakukan oleh *copywriter*, dengan strategi *how to say* dan *what to say* dari kreatif. Divisi Kreatif memiliki peranan besar dalam melakukan *pitching* karena ide dan konsep kreatif yang menjadi *output* dalam divisi ini merupakan hal yang akan menjadi titik penentu kesesuaian ide perusahaan *agency* dengan klien, yang akan berakhir pada menang atau tidaknya suatu *pitching*. Divisi sosial media adalah divisi yang khusus membentuk suatu *brand personality* dan *brand image* dengan cara berinteraksi di media sosial melalui penulisan *content tweet* dan *posting facebook* yang memberikan informasi yang menarik, unik dan relevan dengan suatu *brand*. Selain itu divisi media sosial juga memikirkan berbagai konten sebagai strategi untuk menaikkan jumlah *followers* untuk *twitter* dan *likes* untuk *facebook*. Divisi Sosial media juga melakukan *competitive review* yaitu melakukan analisis mengenai *campaign* dari *brand* serupa untuk memantau pergerakan *competitor* dilihat dari sisi interaksi dengan *audience*.

#### **4. Divisi Project Management**

Divisi *project management* terdiri dari 1 *project manager*, dan 1 *strategic planner* divisi yang bertugas untuk menangani suatu *project* dan aktivitas *on ground* dan juga menjadi orang yang akan menyusun strategi untuk *campaign digital* dan *project digital* yang juga akan direalisasikan sebagai *project on-ground* yang biasanya dilaksanakan di *mall*. Divisi *project* juga bertugas untuk membuat suatu aplikasi yang merupakan salah satu bagian dari aktivasi *online* dari suatu *brand* sesuai dengan *objective* komunikasinya.

## 5. Divisi *Program Development*

Tim *developer* merupakan tim yang mengimplementasikan bentuk ide dari tim kreatif menjadi visualisasi nyata di *website*. divisi ini juga bisa melakukan pembelian *spot* iklan pada GDN (*Google Display Network*) yaitu pemasangan iklan pada *network google* yang memiliki biaya yang murah dan *spot* yang efektif. Programming juga memiliki tugas untuk memasang *banner* dalam GDN, serta membuat dan memonitor *website* klien.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA