



### **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 PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

##### 2.1.1 Identitas Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Arcade



Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019

Nama : PT. Arkade Sejahtera / Arcade Indonseia / Arcade Agency

Alamat : Noble House 16<sup>th</sup> Floor.

JL. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung Kav. E 4.2 No. 2

Jakarta Selatan, 12950

Telepon : +62 21 5081 5501

Arcade Indonesia adalah *digital advertising agency* yang berbasis di Singapura, dan pertama kali datang ke Indonesia sejak 28 November 2013. Arcade Indonesia tergabung dalam Publicis One Group yang difokuskan bergerak dalam *digital advertising agency*. Saat ini Arcade Indonesia beroperasi bersama *brand* besar di Indonesia yang merupakan klien dari Arcade Indonesia yang dimana dipercaya untuk mengembangkan merek *brand* tersebut. Di dalam sistem kerja Arcade Indonesia dibagi menjadi 2 fokus, yaitu Non-Unilever dan Unilever. Non-Unilever terdiri dari *brand* Nestle dengan produknya (Lactogrow dan Batita), McDonald's Indonesia, Disney Indonesia, UOB, Huawei, Oreo, dan lain-lain. Sedangkan Unilever terdiri dari produk-

produknya seperti, Love Beauty & Planet, Bango UFS, Wall's Ice Cream, dan masih banyak lagi.

**Gambar 2 2 Logo Klien Perusahaan Besar Arcade Indonesia**



Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019

Berikut terdapat daftar klien lengkap berbentuk table yang sedang aktif ditangani oleh Arcade Indonesia pada saat waktu magang (3 September 2019 – 6 Desember 2019):

**Tabel 2.1 Daftar Klien Aktif Selama Periode Magang**

F&B	Consumer Goods	Electronics
<ul style="list-style-type: none"> <li>• McDonald's</li> <li>• Potabee</li> <li>• Japota</li> <li>• Mie Sedaap bag</li> <li>• Mie Sedaap Cup</li> <li>• Wall's Ice Cream</li> <li>• Cornetto</li> <li>• Blue Band</li> <li>• Bango</li> <li>• Batita</li> <li>• Lactogrow</li> <li>• Jawara</li> <li>• Silverqueen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Love Beauty &amp; Planet</li> <li>• Pond's</li> <li>• Rinso</li> <li>• Pepsodent</li> <li>• Citra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Huawei</li> </ul>

• Oreo		
Bank	Entertainment & EO	
• UOB TMRW	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disney Indonesia</li> <li>• Bango UFS (Festival Jajanan Bango)</li> </ul>	

Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019

### 2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi: Saat ini dalam dunia yang dinamis, *brand*, sosial, perlu berlaku dan bertindak keren. Tugas kami untuk membantu mereka mengetahui alasan pokok untuk memelihara dengan integritas melalui kisah yang bijaksana, yang menyenangkan dan bermanfaat serta yang tidak menyiakan-nyiakan waktu berharga.

Baik ketika peluncuran *brand* atau demonstrasi produk, kami percaya dalam kekuatan kisah yang baik. Kisah yang baik lebih terkenang, lebih mengikat, dan orang lebih cenderung melakukan tindakan ketika dirasa mereka terlibat dalam kisah yang baik.

Misi: 1. Kami menunjang kebebasan berkreasi

Model agensi kami yang kolaboratif membuat kami untuk menceritakan dengan integritas, dan sangat mengikat. Dengan keterbukaan kemungkinan membuat kami dapat memilih solusi terbaik di setiap pekerjaannya. Apapun tantangan dalam komunikasi, kami selalu mempersiapkan solusi dengan baik bersama tim dengan durasi yang tertera dalam setiap proyek, dengan talenta kebebasan kreasi terbaik seluruh dunia.

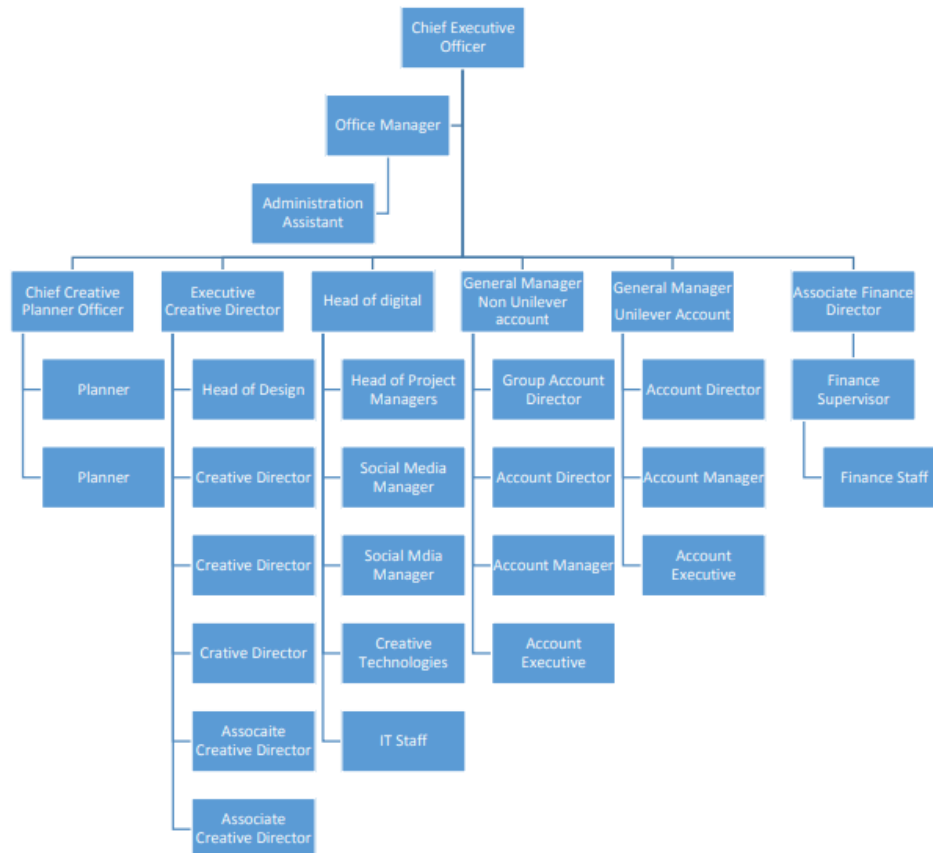
## 2. Kami menganut ‘the Pinball Effect’

Ide-ide kami sering kali membawa kami ke area baru dan tidak terduga, melampaui inti kemampuan kami. Kami merangkul proses ini bersama klien kami selayaknya mendapatkan kesempatan baru untuk kami belajar dan berkembang. Kami menyebutnya ‘Pinball Effect’, karena pada saat ide kami memantul ke arah yang tidak terduga. Arcade adalah tempat bermain kami, suatu ekosistem kewirausahaan yang menantang dan selalu mendorong kami ke batasan kreativitas dan teknologi dalam komunikasi.

## 2.2 Ruang Lingkup Divisi Kerja Terkait

### 2.2.1 Struktur Organisasi

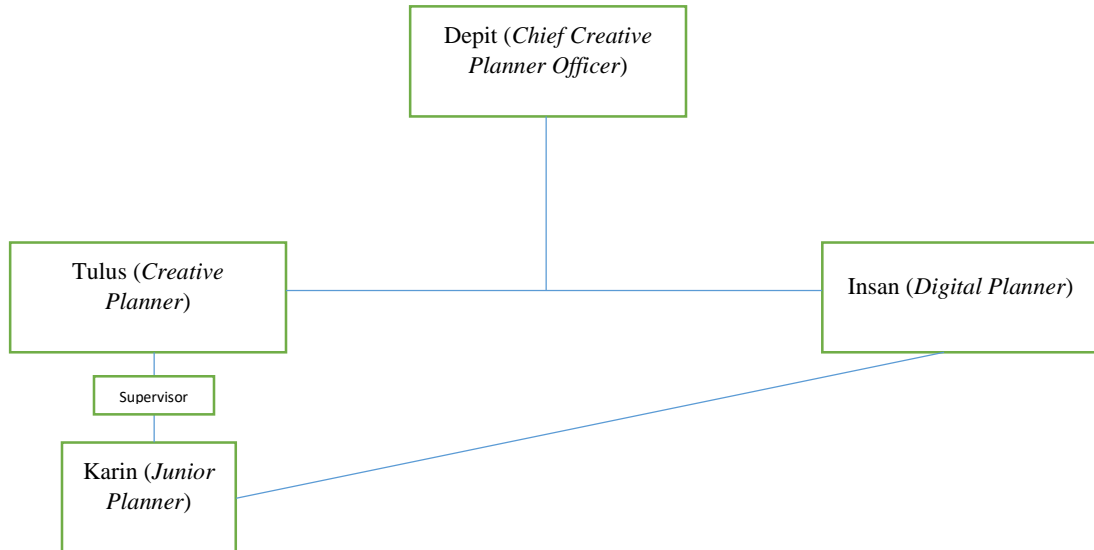
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Arcade Indonesia



Sumber: Dokumen Arcade Indonesia

### 2.2.2 Struktur Divisi *Digital Creative Planner*

**Gambar 2.4 Struktur Divisi *Digital Creative Planner***



Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019

Tim *planner* terbaru terdiri dari tiga anggota, Depit sebagai *Chief Creative Planner Officer*, Tulus sebagai *Creative Planner* dan selaku *supervisor*, Insan sebagai *Digital Planner*.