

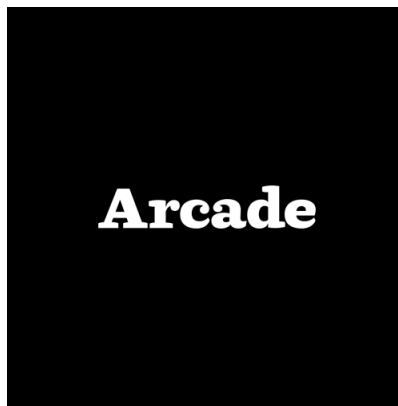
## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Tentang Arcade Indonesia

##### 2.1.1 Identitas Perusahaan

Gambar 2.1 Logo Arcade



(Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019)

Nama : PT. Arkade Sejahtera / Arcade Indonesia

Alamat Kantor : Noble House, 16th Floor.

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

Jakarta Selatan, 12950

Telepon : +62 21 5081 5501

Jenis Bisnis : Digital Advertising Agency

##### 2.1.2 Profil Singkat Perusahaan

Arcade Indonesia merupakan salah satu *advertising agency* yang hadir di Indonesia sejak 28 November 2013 yang awalnya berbasis di Singapura. Arcade merupakan salah satu agensi yang tergabung dalam Publicis One Group. Arcade Indonesia telah beroperasi selama enam tahun

lamanya, dengan banyaknya *brand-brand* ternama yang menjadi klien, membuktikan bahwa Arcade Indonesia merupakan salah satu agensi periklanan yang mampu bersaing dan sedang berkembang.

Dalam Arcade Indonesia, para klien terbagi menjadi dua, yaitu Non-Unilever seperti *brand* Nestle yaitu Lactogrow dan Batita. Sementara yang lainnya seperti *brand* McDonald's Indonesia, produk kecantikan Love Beauty & Planet, Pond's, Citra, Disney Indonesia, Potabee, Japota, Jawara, Silver Queen, dan lain-lain. Sementara untuk klien dari Unilever yaitu Blueband, Bango, Pepsodent, Cornetto, Wall's Ice Cream, dan masih banyak lagi.

**Gambar 2.2 Beberapa Logo Klien Perusahaan Besar Arcade Indonesia**



(Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019)

Berikut *brand* klien yang sedang ditangani oleh Arcade Indonesia, yaitu:

**Tabel 2.1 Daftar klien yang sedang ditangani Arcade Indonesia**

Unilever	Nestle	Others
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Citra sejak Oktober 2015</li> <li>• Pond's sejak Febuari 2014</li> <li>• Wall's sejak Febuari 2014</li> <li>• Cornetto sejak Febuari 2014</li> <li>• Bango sejak September 2016</li> <li>• Blue Band sejak Febuari 2016</li> <li>• Jawara sejak Juni 2018</li> <li>• Pepsodent sejak Juli 2018</li> <li>• Rinso sejak Juni 2019</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LACTOGROW sejak Oktober 2016</li> <li>• Batita sejak Oktober 2017</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Potabee sejak Oktober 2015</li> <li>• McDonald's Indonesia sejak Oktober 2017</li> <li>• Mie Sedaap ID sejak Oktober 2017</li> <li>• Mie Sedaap Cup sejak Januari 2018</li> <li>• Silver Queen sejak Januari 2018</li> <li>• Japota sejak Januari 2019</li> <li>• Kinder Joy sejak April 2019</li> <li>• Disney Indonesia sejak Januari 2019</li> <li>• Love, Beauty, and Planet sejak Maret 2019</li> <li>• UOB TMRW sejak Agustus 2019</li> </ul>

Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019

## 2.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi :

*In today's dynamic world, brands, like people, need to be and act cool. Our job is to help them discover their core reason for being and then nurture it with integrity through thoughtful storytelling - both entertaining and useful - that's never a waste of the man on the street's precious time.*

(Dalam dunia yang dinamis sekarang, *brand*, seperti orang-orang, perlu berlaku dan bertindak keren. Tugas kami adalah untuk membantu

mereka menemukan alasan utama mereka untuk menjadi kemudian memupuknya dengan integritas melalui cerita yang bijaksana – baik menghibur dan bermanfaat – yang tidak pernah menyianyiakan orang di waktu yang berharga.)

*Whether it's a brand launch or a product demonstration, we believe in the power of good storytelling. It's more memorable, more engaging and people are more inclined to take action when they are involved in a good story.*

(Baik dalam peluncuran *brand*, atau demonstrasi produk, kami percaya pada kekuatan cerita yang baik. Itu akan lebih berkesan, lebih menarik, dan orang-orang akan cenderung untuk mengambil tindakan ketika mereka terlibat dalam cerita yang baik.)

Misi :

- *We support creative independence*

*Our collaborative agency model allows us to tell our stories in the most integrated, engaging way possible. Being open to possibilities allows us to choose the best production solution for each job. Whatever the communication challenge, we build bespoke teams for the duration of each project, with the best independent creative talent around the world.*

(Model agensi kolaboratif membuat kami untuk menyatakan cerita dalam cara yang terintegrasi, dan membuka jalan yang mungkin. Terbuka dengan segala kemungkinan yang ada membuat kami untuk memilih solusi terbaik untuk setiap pekerjaan. Apapun tantangan komunikasi, kami membangun tim untuk masing-masing proyek, dengan orang-orang kreatif yang berbakat dari seluruh dunia).

- *We embrace 'The Pinball Effect'*

*Our ideas often take us into new and unexpected areas, beyond our core areas of expertise. We embrace this process with our clients as it offers new opportunities for us to learn and grow together. We call it the 'Pinball Effect'; when ideas ricochet into new and unexpected directions. Arcade is*

*our playroom – an entrepreneurial ecosystem that challenges us to keep pushing the boundaries of creativity and technology in communication.*

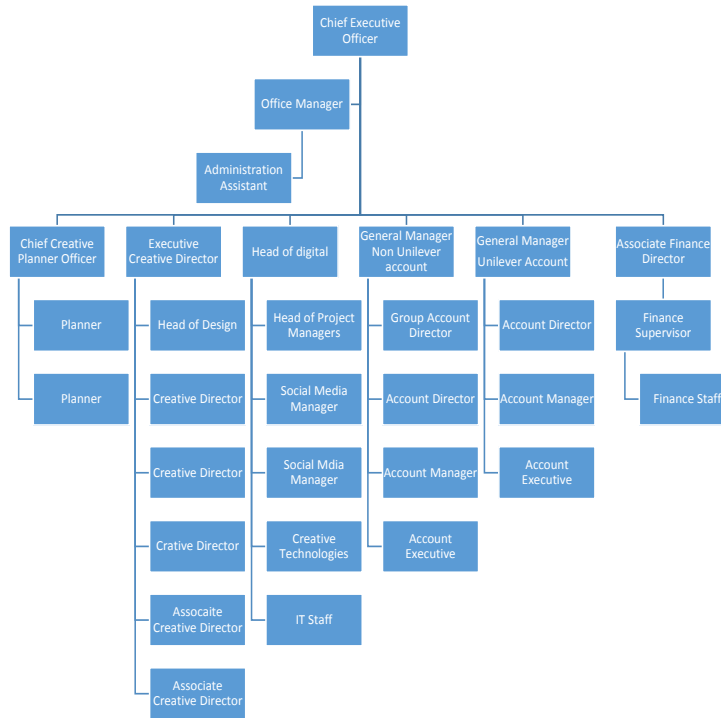
(Ide-ide yang kami miliki seringkali membawa kami ke area baru dan tak terduga, bahkan bisa diluar dari inti keahlian kami. Kami merangkul proses ini dengan *client* kami karena menawarkan peluang baru bagi kami untuk belajar dan tumbuh Bersama. Kami menyebutnya Efek Pinball yaitu; ketika ide memantul ke arah yang baru dan tak terduga. Arcade adalah ruang bermain kami – ekosistem wirausaha yang menantang kami untuk terus mendorong batas kreativitas dan teknologi dalam komunikasi).

## **2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait**

### 2.3.1 Struktur Organisasi

Dalam Arcade Indonesia, tim *Account* dibagi menjadi dua yaitu *Account* Unilever dan Non-Unilever. Bagi para *Account* Unilever merupakan *Account* yang khusus untuk menangani *brand* dari Unilever. Sementara untuk divisi *Account* Non-Unilever bekerja diluar *brand-brand* Unilever, seperti *brand* dari Nestle atau yang lainnya. Dalam kesempatan praktek magang ini, diberi kesempatan untuk berkoordinasi dalam divisi *Account* Non-Unilever.

**Gambar 2.3 Struktur Organisasi Arcade Indonesia**



(Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019)

### 2.3.2 Struktur Divisi *Account* Non-Unilever

Untuk tim *Account* Non-Unilever dipimpin oleh seorang *General Manager* yang bernama Emilia S. Tim *Account* Non-Unilever terdiri dari tim Nestle dan Non-Nestle, sehingga terdapat dua orang yang menjabat sebagai *Group Account Director*, yaitu Fany Tanjung dan Irfansyah Putra. Untuk tim Non-Nestle memiliki tiga orang yang berperan sebagai *Senior Account Manager* yaitu, Cissy Pradyanti sebagai pembimbing lapangan dalam pretek kerja magang ini, lalu ada Syah Mohammad Ramadhan, dan Triariesty Putri. Sementara untuk tim Nestle hanya memiliki seorang *Senior Account Manager*, yaitu Dina Melyani.

**Gambar 2.4 Struktur *Account* Tim Non-Unilever**

Non Unilever  
Account Team Structure

General Manager EMILIA S S						
NON NESTLE				TEAM NESTLE		
Group Account Director FANY TANJUNG SOESANTO				Group Account Director Irfansyah Putra		
Senior Account Manager CISSY PRADYANTI		Senior Account Manager SYAH MOHAMMAD RAMADHAN	Senior Account Manager TRIARIESTY PUTRI		Senior Account Manager DINA MEYLANI	
Senior Account Executive FATH WILASA	Senior Account Executive NESTI AGRIDA		Senior Account Executive MOCH IQBAL MAULANA S	Senior Account Executive KEMAL RAMADHAN	Account Executive ANNISA AMADEA	Senior Account Executive AISYA NATALYA
McDONALD'S	McDONALD'S	BISCUAT	TMRW	MIE SEDAAP BAG	LACTOGROW	BATITA
	DISNEY	HUAWEI	POTABEE	MIE SEDAAP CUP		
			JAPOTA	SILVER QUEEN		

(Sumber: Dokumen Arcade Indonesia, 2019)