BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

PT Hardana Widya Mahir atau biasa diketahui sebagai Hybrid:H merupakan sebuah agensi periklanan dan salah satu anak perusahaan Hakuhodo International Indonesia yang telah berdiri sejak tahun 2016. Hybrid:H berbasis di Jakarta, Indonesia dan beroperasi di Wisma PMI lantai 7, Jl. Wijaya 1 No. 63, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Hybrid:H menggabungkan wawasan yang mendalam dengan kreativitas untuk menghasilkan solusi-solusi inovatif yang relevan dan menyeluruh, (Hybrid:H, n.d.).

Gambar 2.1. Logo Hybrid:H

Selain iklan, Hybrid:H menyediakan jasa produksi, perencanaan *brand*, manajemen acara, dan eksekusi kreatif. Selama hampir 5 tahun berdiri, Hybrid:H telah berhasil memenangkan berbagai penghargaan bergengsi seperti Silver pada Citra Pariwara 2016, 2 Silver pada Citra Pariwara 2017, 7 Silver dan 2 besar agensi media terbaik pada Citra Pariwara 2019, serta 1 Silver untuk pengalaman pengguna terbaik pada Mob-Ex Awards 2020.

2.1.1. Pekerjaan-Pekerjaan Perusahaan

Hybrid:H telah bekerja dengan klien-klien seperti Toyota, L'Oréal Indonesia, Ajinomoto, J Trust Bank, Maybelline, Telkomsel, Sociolla, Shinkenjuku, Japan Airlines dan lain sebagainya. Berikut adalah beberapa pekerjaan-pekerjaan Hybrid:H untuk berbagai klien lokal maupun internasional.

1. Toyota - Avanza Bercerita

Setelah belasan tahun berjaya sebagai mobil andalan masyarakat Indonesia, Toyota Avanza kedatangan kompetitor baru yaitu Mitsubishi Xpander.

Mitsubishi Xpander menghadirkan desain baru, harga yang kompetitif serta kapabilitas dan kekuatan yang tidak kalah dengan Avanza.

Sayangnya, Toyota tidak akan meluncurkan produk Avanza baru dalam waktu dekat sehingga Toyota Avanza tidak bisa berkompetisi dengan Mitsubishi Xpander secara langsung. Maka itu, sesuatu harus dirancang untuk menanggapi kompetitor baru ini. Dari *inisight* yang diperoleh, ditemukan bahwa Toyota Avanza bukan sekedar menawarkan nilai fungsional melainkan nilai emosional dan mampu menciptakan peluang-peluang baru bagi pengendaranya. Dari *insight* ini, tantangan Hybrid:H adalah untuk mengubah pandangan publik mengenai Toyota Avanza yang tadinya hanya dilihat sebagai kendaraan saja menjadi sesuatu yang bernilai emosional dan berdampak dalam kehidupan masyarakat Indonesia, (Hybrid:H, n.d.).

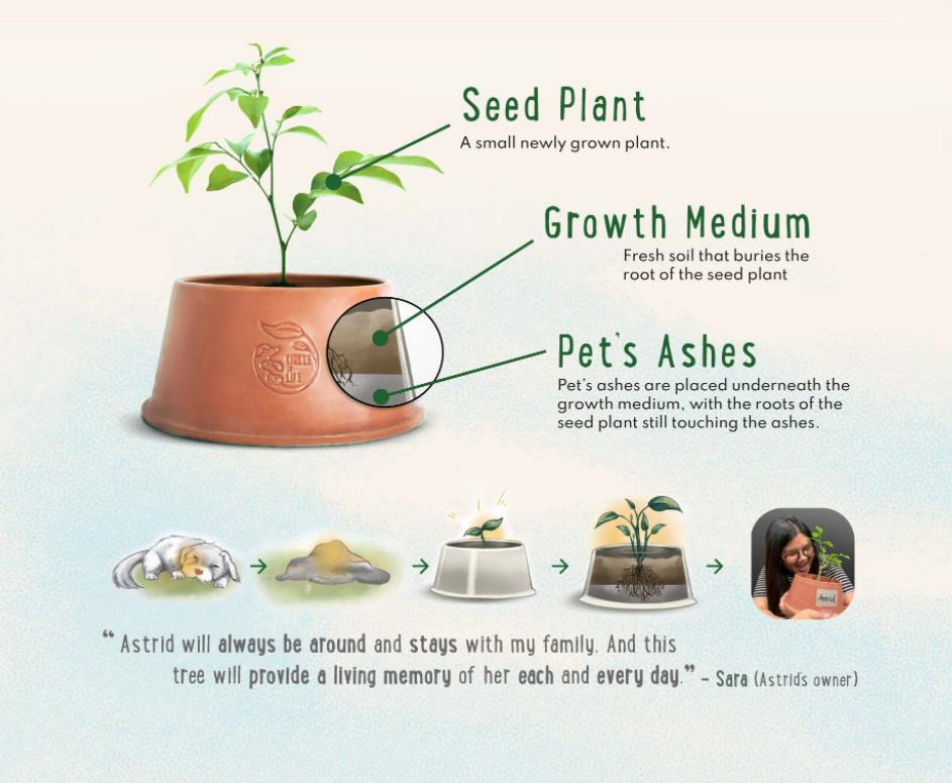
Gambar 2.2. Avanza Bercerita
(https://hybrid-h.id/clients-works/)

Tim yang mengerjakan proyek ini muncul dengan strategi untuk mengumpulkan cerita-cerita tentang bagaimana Toyota Avanza telah membantu dan meningkatkan kualitas hidup pemilik atau pengendaranya. Cerita-cerita dikumpulkan dari pemilik Toyota Avanza yang berasal dari

seluruh pelosok Indonesia. Melihat kesuksesan kampanye ini, strategi yang sama juga digunakan pada kampanye Toyota Avanza tahun 2019.

2. Pondok Pengayom Satwa Jakarta - Circle of Life

Semakin sedikitnya lahan di tempat kubur hewan dan fakta bahwa tidak semua rumah, terutama di perkotaan, memiliki lahan untuk mengubur hewan peliharaan mengakibatkan pemilik-pemilik hewan sulit untuk mengubur hewan mereka dengan cara yang terhormat dan penuh kasih. Untuk menanggapi masalah ini, Hybrid:H memiliki ide untuk menggunakan abu dari hewan yang dikremasi sebagai pupuk tanaman. Maka itu, dirancanglah sebuah pot tanaman khusus yang di dalamnya dapat diletakkan abu hewan, tanah dan biji tanaman, (Hybrid:H, n.d.).



Gambar 2.3. Circle of Life
(https://hybrid-h.id/clients-works/)

Perancangan ini menjadi alternatif bagi pemilik hewan peliharaan yang tidak dapat memakamkan hewan-hewan mereka. Pot ini juga dapat

menjadi pengingat pemilik hewan peliharaan akan kenangan-kenangan mereka dengan peliharaan mereka. Selain itu, hubungan antara pemilik hewan dengan peliharaan mereka juga masih terjaga dalam tanaman yang tumbuh dari abu peliharaan mereka.

3. Maybelline - My Boyfriend Does my Brow

Dalam pasar yang sangat tersaturasi, di mana kompetitor-kompetitor mengklaim bahwa produk mereka gampang digunakan, bagaimana caranya Maybelline memperkenalkan produk baru mereka yang dirancang khusus untuk mempermudah membuat alis. Hybrid:H memecahkan masalah ini dengan meyakinkan wanita-wanita Indonesia bahwa laki-laki yang sebelumnya tidak memiliki pengalaman membuat alis, dapat membuat alis dengan produk terbaru Maybelline.

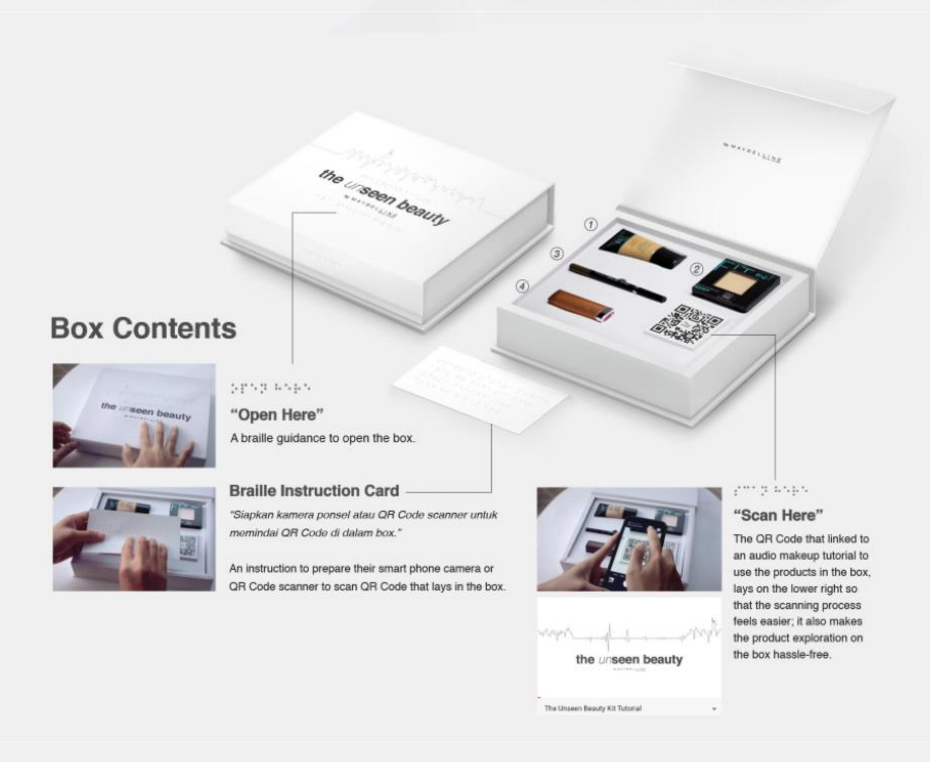
Gambar 2.4. My Boyfriend Does My Brow Challenge
(https://hybrid-h.id/clients-works/)

Hal ini menjadi sebuah eksperimen sosial yang menantang laki-laki yang memiliki pasangan untuk membuat alis pasangan mereka. Selain mendapatkan jutaan impresi, kampanye ini juga berhasil menciptakan banyak *user-generated contents* dan berhasil meningkatkan penjualan

produk terbaru Maybelline ini. Tidak hanya itu, kampanye ini meningkatkan saham Maybelline Indonesia pada kategori alis.

4. Maybelline - The Unseen Beauty

Meskipun ada puluhan, bahkan ratusan merek kosmetik di Indonesia, tidak ada satu pun dari mereka yang berusaha untuk membantu wanita tunanetra dalam menggunakan kosmetik secara independen. Padahal, terdapat 3,5 juta tunanetra di Indonesia yang di antaranya kebanyakan wanita. Mengetahui bahwa tunanetra menggunakan fitur aksesibilitas ponsel pintar mereka untuk membantu aktivitas sehari-hari, Hybrid:H bersama dengan L'Oréal Indonesia dan Maybelline Indonesia menciptakan sebuah kit rias wajah yang membantu tunanetra merias wajah mereka, (Hybrid:H, n.d.).



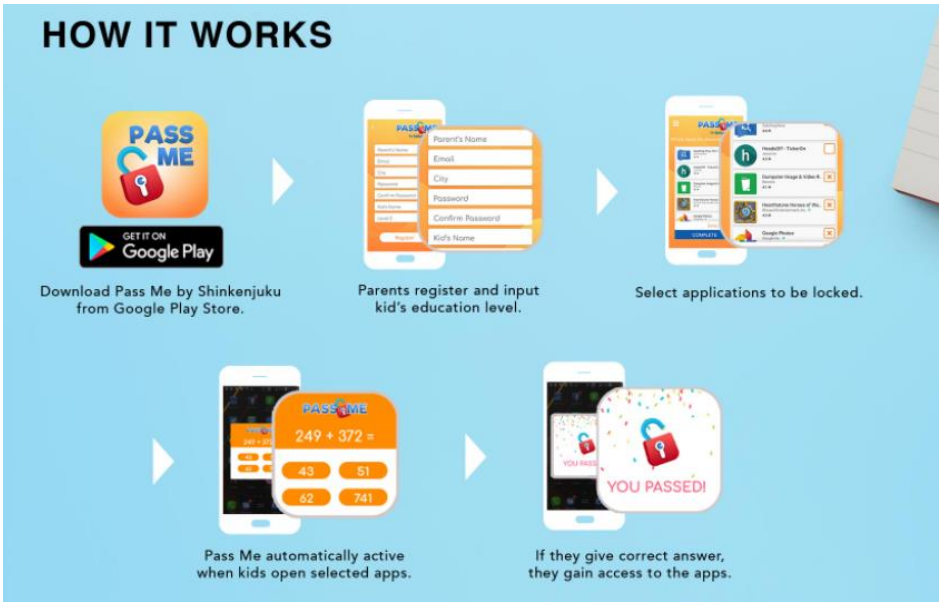
Gambar 2.5. The Unseen Beauty
(https://hybrid-h.id/clients-works/)

Kit rias wajah ini datang dengan kode QR yang ketika pengguna memindai kode tersebut menggunakan ponsel pintar mereka, sebuah tutorial

merias wajah dalam bentuk audio akan muncul. Selain itu, terdapat huruf-huruf braille untuk membantu mereka mengenali alat dandan dan instruksi pada kit. Kit rias wajah ini juga disusun mengikuti alur baca (kiri ke kanan lalu ke bawah) untuk memudahkan para pengguna saat pertama kali menggunakan kit ini, (Hybrid:H, n.d.).

5. Shinkenjuku - Pass Me

Anak-anak pada masa kini mendapat berbagai bentuk hiburan dari ponsel pintar orang tuanya. Namun, orang tua anak-anak ini ingin agar mereka tidak menghabiskan waktu bermain tapi juga belajar. Meskipun terlihat berlawanan, kedua hal ini dapat dipenuhi secara bersamaan.



Gambar 2.6. Shinkenjuku Pass Me
(https://hybrid-h.id/clients-works/)

Pass Me adalah sebuah aplikasi yang menjembatani keinginan orang tua agar anak-anaknya belajar dan keinginan anak-anak untuk menggunakan ponsel pintar orang tuanya. Pass Me menghadirkan pertanyaan-pertanyaan matematika sesuai dengan tingkat edukasi anak sehingga mereka harus menjawab pertanyaan-pertanyaan ini sebelum bisa mengakses aplikasi yang mereka ingin gunakan. Hasil performa anak akan

dikirimkan ke orang tua setiap minggu agar mereka bisa melihat perkembangan anaknya. Aplikasi ini tentunya bisa dimatikan sementara jika orang tua ingin menggunakan ponsel pintar mereka, (Hybrid:H, n.d.).

6. Toyota - Virtual Explorer

Gaikindo International Auto Show atau GIAS merupakan salah satu acara otomotif terbesar di Indonesia. Sayangnya, GIAS hanya diselenggarakan di tiga kota. Hal ini menutup kemungkinan orang-orang di luar kota-kota ini untuk mengunjungi acara tersebut. Toyota Indonesia bekerja sama dengan Hybrid:H untuk menyediakan solusi dari masalah ini dengan menghadirkan pameran virtual.

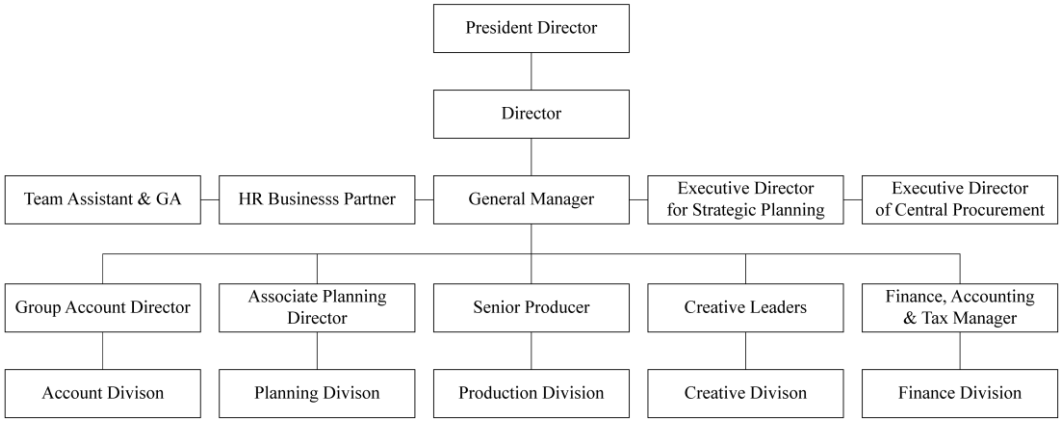
Gambar 2.7. Toyota Virtual Explorer
(https://hybrid-h.id/clients-works/)

Toyota Virtual Explorer merupakan sebuah alat yang dapat digunakan untuk melihat stan Toyota di GIAS. Alat ini menggabungkan teknologi foto tiga dimensi sehingga pengunjung dapat merasakan secara langsung stan Toyota di GIAS. Selain itu, untuk memungkinkan pengguna merasakan mobil secara langsung, alat ini juga memungkinkan pengguna untuk melakukan uji jalan mobil. Pengguna hanya perlu memencet mobil

yang ingin diuji lalu sebuah tiket akan keluar. Tiket ini dapat dibawa ke dealer Toyota terdekat dan ditukarkan untuk menguji mobil, (Hybrid:H).

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Hybrid:H memiliki sebuah struktur organisasi untuk membuat proses kerja lebih efisien dan efektif. Terdapat 5 divisi yang masing-masing dipimpin oleh seorang direktur. Berikut struktur organisasi Hybrid:H.



Gambar 2.8. Struktur Organisasi Perusahaan
(Hermana, 2020)

Hybrid:H dipimpin oleh seorang direktur presiden dan diikuti dengan direktur. Adapun *general manager* yang mengurus dan mengatur kelima divisi yang ada di Hybrid:H. Penulis ditempatkan di divisi kreatif yang dipimpin oleh *creative leader* (*creative director* dan *creative group head*). Pada umumnya, divisi kreatif dibagi menjadi tim-tim kecil yang biasanya berisi desainer, *copywriter* dan *art director*. Namun tim-tim ini dapat diisi dengan anggota lain dari Hybrid:H jika proyek membutuhkan tenaga tambahan.