



### **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 Latar Belakang dan Sejarah Perusahaan

Berdasarkan website resmi Ambilhati, Ambilhati *creative agency* merupakan perusahaan milik FAB, FAB sendiri merupakan sebuah *Creative Business Platform* yang perusahaannya bertujuan untuk menginvestasikan uang mereka untuk memberikan modal kepada perusahaan-perusahaan kreatif yang ada di Indonesia, mulai dari *creative agency*, *brand agency*, dan *public relation agency*.

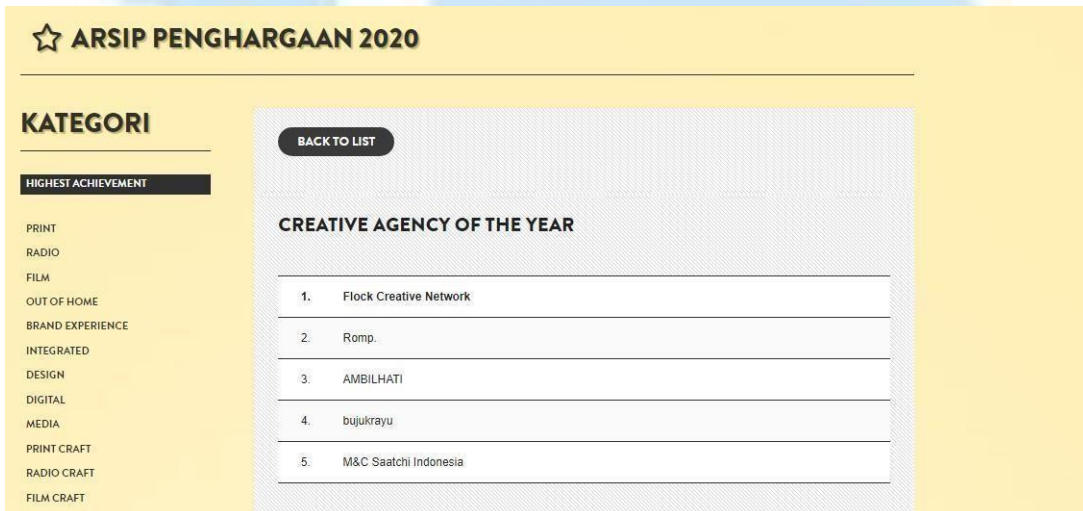
FAB memiliki 16 bisnis kreatif di Indonesia, Ke-16 perusahaan tersebut adalah: Ambilhati, Besok Sabtu, Bujuk Rayu, Catalyst Strategy, Cerita Event, FAB Touch, Fabulo PR, Fabulous, Fahrenheit, Fast Forward, Favum Communicatio, Firmatoya, Foniks, Kerling, Sugar n Spice, dan WhatIf

Ambilhati telah berdiri sejak 2017. Ambilhati pada awalnya hanya memiliki tim yang disebut sebagai AH CORE yang merupakan tim yang lebih berfokus untuk menangani iklan di media massa atau *above the line* (ATL) teta, seperti iklan pada televisi, radio, koran, papan iklan, dan sejenisnya. Pada 2019 mulai muncul Ambilhati divisi digital untuk media sosial yang di sebut sebagai AH Social yang fokus kepada iklan untuk segala jenis media sosial. Ambilhati sendiri menyediakan layanan beriklan dari segala jenis media mulai dari media massa hingga media sosial.

Sampai saat ini Ambilhati telah memiliki banyak sekali merek besar yang telah bekerja sama dengan Ambilhati seperti OVO, Samsung, Pocari Sweat, Head & Shoulders, dan masih banyak lagi. Ambilhati pun tidak memandang jenis merek atau produk yang mengajak kerja sama.

Ambilhati pun masuk kedalam TOP 3 *Creative Agency of The Year* 2020 versi Citra Pariwisata karena kinerjanya yang baik dan berhasil memproduksi

yang berkualitas tinggi seperti iklan Head & Shoulder x Joe Taslim, Bintang SMA (kampanye oleh Pocari Sweat), dan Musical Blu by BCA.



Sumber : Citra Pariwara,2020

**Gambar 2.1** Bukti *Creative Agency of the Year* Ambilhati

## 2.2 Visi Misi Perusahaan

Visi dan Misi Ambilhati Creative Agency sebagai berikut :

Visi: *When others give their time, we give you our heart.*

Misi: *We believe that advertising is more than just business. It's needs to feel personal, intimate. That's why we keep our team small and essential, so we can give more time and more heart to what's important; stealing the hearts of many.*

Periklanan lebih dari sekedar bisnis. Ituperlu terasa pribadi, intim. Itulah mengapakami menjaga tim kami tetap kecil danpenting, sehingga kami dapat memberikan lebih banyak waktu dan perhatian untuk hal-hal yang penting; mencuri hati banyak orang, Ketika orang lain memberikan waktu mereka, kami memberikan hati kami.

Visi menjelaskan bahwa, pada waktu klien memberikan waktu untuk mengerjakan sesuatu, tim Ambilhati akan selalu mengerjakan pekerjaannya dengan sepenuhnya.

Misi menjelaskan bahwa Ambilhati percaya bahwa iklan lebih dari sebuah bisnis, melainkan sesuatu yang harus kita anggap sebagai sesuatu yang personal atau sesuatu yang lebih serius. Itu kenapa mereka tetap memilih untuk memiliki tim yang sedikit, karena dengan begitu kita dapat mengerjakan lebih serius dan lebih fokus. Tujuan mereka tetap untuk mencuri banyak hati yang dimaksudkan sebagai klien.

### 2.3 Logo Perusahaan

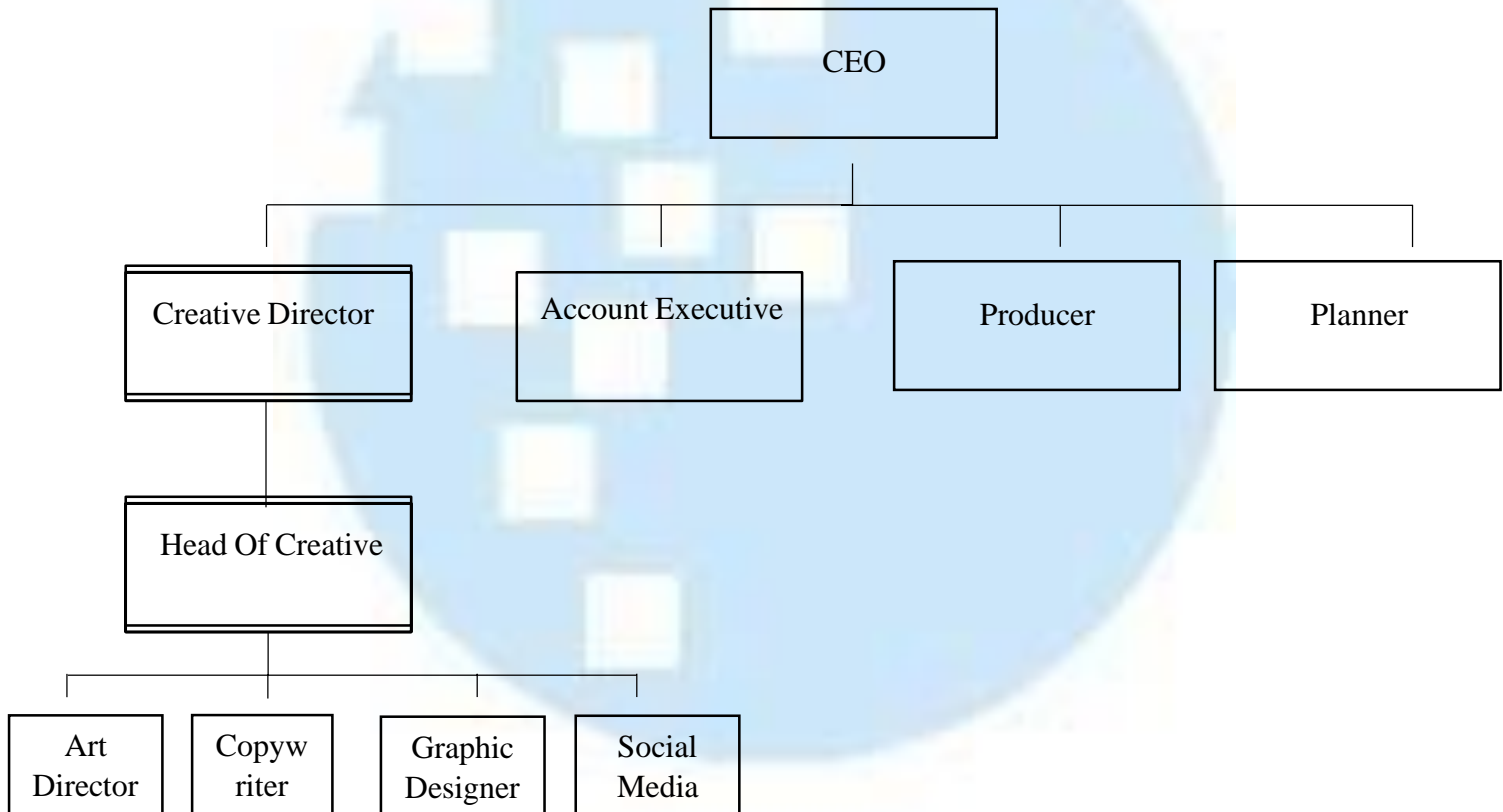


# Ambilhati

**Gambar 2.2** Logo Ambilhati

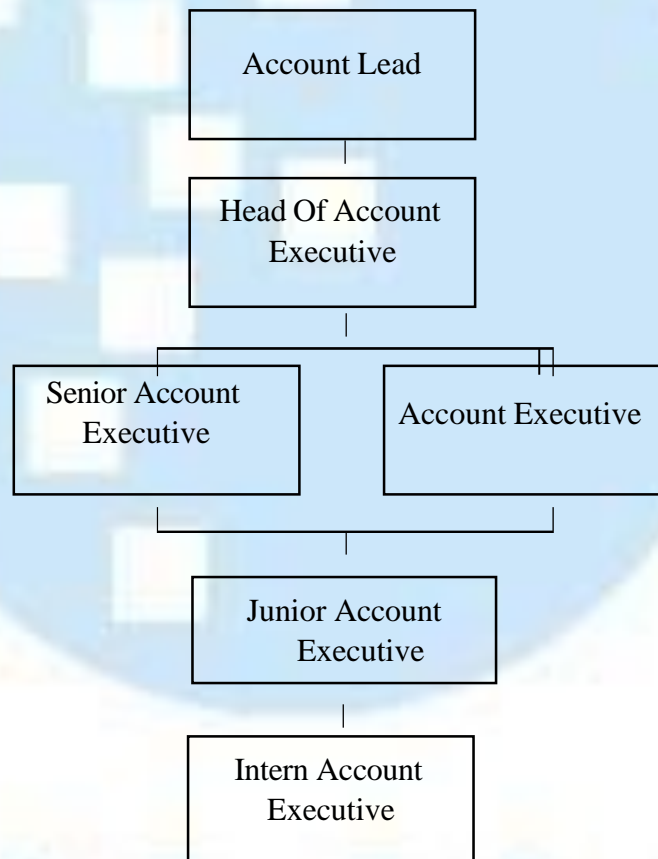


## 2.4 Struktur Perusahaan



Didalam Ambilhati terdapat 9 divisi, dengan 4 divisi utama, yaitu divisi *creative* (*Creative Director, Head of Creative, Art Director, Copywriter, Graphic Designer, and Social Media*) yang berfokus pada pemikiran ide-ide dan pengembangan konten yang diminta oleh klien. Yang kedua adalah divisi *Account Executive* tempat dimana penulis ditempatkan pada praktik kerja magang ini yang berfokuskan pada menjalin hubungan baik dengan klien dan memberikan kesimpulan atas kebutuhan klien. Selanjutnya, Produser yang merupakan orang yang mengarahkan jalannya pembuatan setiap konten, baik untuk media sosial maupun untuk *Above The Line*. Yang terakhir adalah divisi *Planner*. divisi ini bertanggung jawab dalam membuat strategi penempatan iklan pada media. Tugas mereka adalah mengidentifikasi tujuan dan target beriklan, serta membuat identifikasi secara demografik dan psikologi tentang target pasar.

## 2.5 Ruang Lingkup Kerja Divisi



Dalam pelaksanaan aksi kerja magang penulis bekerja sebagai *Account Executive Intern* pada, divisi *Account Executive* ini yang berfokuskan pada menjalin hubungan yang baik dengan klien serta membuat perencanaan dasar tentang bagaimana konsep sebuah iklan atau pemasaran yang akan dibuat. idak lupa juga bahwa pembuatan iklan memiliki pengaggaran yang harus juga di tanggani oleh *Account Executive*. Semua itu penulis pelajari dan lakukan dalam proses kerja magang di Ambilhati

Dalam pelaksanaan aksi kerja magang penulis di bimbing oleh *Head of Account*, *Senior Account Executive* dan *Junior Account Executive* serta bekerja bersama dalam satu tim dalam menangani *brand* Samsung, Vicks, dan Buku Warung. Penulis belajar membuat *competitive review* untuk melihat apa kelebihan

dan kekurangan klien dibanding para pesaingnya. Setelah membuat *competitive review* penulis bersama tim juga membuat perencanaan bagaimana cara membuat iklan yang tepat untuk menemukan target konsumen yang tepat. Setelah melakukan semua itu penulis dan divisi *Account Executive* yang digabungkan dengan divisi *Creative* dan divisi *Planner* akan membuat perencanaan eksekusi iklan dan memulai proses produksi iklan. yang nantinya hasil dari produksi tersebut akan adadi seluruh media sosial dan media massa milik klien.

