

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Dentsu Indonesia – Isobar



Gambar 2.1. Logo Dentsu

Dentsu merupakan perusahaan periklanan sekaligus agen periklanan terbesar kelima didunia yang berkantor pusat di Tokyo, Jepang. Pada 2013, Dentsu resmi telah membeli Aegis dan membentuk Dentsu Aegis Network yang saat ini berganti nama sebagai Dentsu Internasional, walaupun demikian Dentsu Internasional tetap menggunakan Dentsu Aegis Network sebagai nama lengkap *holding*-nya. Dentsu International bergerak pada bidang media dan pemasaran digital yang berkantor pusat di London, Britania Raya. Saat ini Dentsu Internasional sudah memiliki 35.000 karyawan yang terbagi di 145 negara. [3][4]



Gambar 2.2. Logo Dentsu Aegis Network / Dentsu Internasional

Dapat dikatakan, Dentsu Internasional merupakan anak perusahaan dari Dentsu yang mengelola bisnis diluar Jepang dan bisnis Aegis Group yang sudah diakuisi pada tahun 2013 seperti Amnet, 360i, Amplifi, The StoryLab, Data2Decisions, Mitchell Communications, Cardinal Path, dan psLIVE. [3][4]

Dentsu Internasional utamanya melayani mulai dari strategi komunikasi melalui platform digital, perencanaan media, pemasaran olahraga, penciptaan konten, pelacakan merek, dan analisis pemasaran. Saat ini Dentsu Internasional atau singkatnya dapat disebut Dentsu Indonesia memiliki kurang lebih 500 karyawan yang tersebar dalam 16 jaringan brand yang terdiri dari Creative Line of Business (Dentsu MCGARRYBOWEN, Isobar, Dwi Sapta, Dentsu MainAd, Bee Live), Media Line of Business (Dentsu X, iProspect, Dwi Sapta, CARAT, Vizeum, Amplifi) dan CXM Line of Business (Merkle). [5]



Gambar 2.3. Logo Isobar

Isobar sendiri merupakan divisi atau unit bisnis dari Dentsu Indonesia yang secara khusus bergerak pada *Creative Line of Business*. Isobar menghadirkan transformasi berdasarkan pengalaman yang didukung oleh kreativitas. Dengan penawaran kreatif dan pengalaman global kelas dunia yang didukung oleh teknologi dan ide, Isobar dapat memberikan pengalaman *omni-channel* dalam skala besar diseluruh perjalanan kliennya.

Pada *Creative Line of Business* Isobar tidak sendiri, terdapat beberapa unit business Dentsu yang juga bergerak pada *Creative Line of Business* seperti Dentsu MCGARRYBOWEN, DwiSapta, Dentsu Mid Ad dan Bee Live. Semua unit business pada *Creative Line of Business* ini memiliki keahlian dalam *Strategy & Transformation, Brand Development, Creative & Content Development, Experience*

Design dan Pr & Influence. Untuk sepak terjang Isobar di bidang *creative* tidak perlu diragukan lagi, pada tahun 2015 Isobar pernah meraih posisi pertama sebagai *Agency of The Year* dan saat ini Isobar sudah mencakup 60 pionir digital yang melayani klien seperti Coca Cola Company, Loreal Paris, BAT dan Meikarta. [5][6]

2.2 Visi, Misi dan Nilai Perusahaan

2.2.1. Visi Perusahaan

Dentsu memiliki visi yaitu “*An Invitation to The Never Before*” yang memiliki makna keberanian dan kecerdasan praktis untuk membuka kemungkinan baru untuk pertumbuhan ketika orang lain takut akan kemunduran. Dimana sebuah undangan untuk yang belum pernah ada sebelumnya, tempat dimana orang berkumpul tanpa hambatan, dimana kepercayaan dan rasa hormat berkuasa, tempat dimana *team* terbentuk dengan mudah untuk kebutuhan setiap tugas baru.

Tempat dimana hati dan pikiran terbuka, saat keragaman menjadi sumber daya terbesar dan inovasi dapat datang dari siapa aja dan dimana saja. Tempat dimana data, teknologi dan kreativitas bertemu dalam kemungkinan yang tidak terbatas. Menggunakan kekuatan untuk kebaikan semua orang.

Juga, tempat perubahan dirangkul sebagai sumber kehidupan bisnis, membantu untuk beradaptasi dan berkembang di saat yang paling sulit. Tempat dimana menemukan orang-orang optimis, pengusaha dan penggerak. Dimana semua orang menyebut dunia seperti satu. [7]

2.2.2. Misi Perusahaan

8 Cara menuju “*to The Never Before*”:

- ***We Dream Loud*** :

Memenuhi kebutuhan klien dan mitra yang terus berkembang dengan mimpi yang besar dan kerambatan. Dentsu membawa bisnis ke wilayah yang belum

pernah dijelajahi. Dentsu mengundang setiap orang untuk bergabung untuk merayakan keberanian.

- ***We Inspire Change :***

Perubahan adalah jalan untuk dapat melalui banyak hal yang mustahil. Perubahan adalah tempat terjadinya keajaiban dan tidak pernah menjadi tua. Dentsu tidak takut dengan perubahan dan mencintai perubahan sebagai petualangan.

- ***We Team Without Limits:***

Semua orang beragam dan berbakat di seluruh dunia dapat bersatu dalam formasi apapun. Semua pintu terbuka untuk inovasi dari siapa saja dan dimana saja. Dentsu membangun sesuatu yang baru dengan menghubungkan perbedaan.

- ***We All Lead:***

Dentsu percaya bahwa kepemimpinan adalah apa yang Dentsu lakukan bersama. Seperti mengalir melalui kita semua, siapapun di Dentsu dapat membawa perubahan menuju ke sesuatu yang belum ada sebelumnya. Siapun dapat mempengaruhi, mari kita memimpin bersama, menjadi kuat bersama dan tunjukan pada dunia.

- ***We Make It Real:***

Dentsu lebih dari idealis, kami pengusaha. Dentsu mengubah visi strategis menjadi rencana terukur, dieksekusi dengan indah. Apa yang kita impikan, kita bangun. Walaupun tidak jenius sampai itu nyata tetapi mari kita mewujudkannya.

- ***We Climb High:***

Apa yang dilakukan Dentsu tidak selalu mudah. Bahkan suatu tugas yang tampak mustahil, kita menghadapinya dengan optimism. Dentsu melangkah menuju kesulitan dan mengubah masalah menjadi kemajuan. Dentsu disini untuk mencari solusi dan menyambut tantangan.

- ***We Choose Excitement:***

Setiap proyek kami mencari cara untuk melangkah lebih jauh, membuat pekerjaan kamu lebih menarik dan bermanfaat. Dalam memilih cara,

Dentsu mengambil jalan yang menyenangkan, karena di masa-masa sulit dan baik, kegembiraanlah yang mendorong bisnis ke depan. Mari cintai pekerjaan yang kita lakukan.

- ***We Are a Force For Good:***

Dentsu bekerja dengan kejujuran, integritas dan tanggung jawab. Kami tak henti-hentinya tahu tentang cara untuk mengubah nilai pada kehidupan orang-orang. Ketika kamu melakukan hal yang benar sebagai individu, itu menjadi siapa kita sebagai sebuah perusahaan. [7]

2.3 Services and Capabilities

Sebagai Digital Agency yang sudah memiliki klien ternama, service yang diberikan Isobar sangat beragam yang pertama, *Strategic and Innovation*. Isobar akan membantu klien memanfaatkan perubahan melalui strategi dan inovasi yang diberikan. Selain itu Isobar akan mencocokkan wawasan pasar yang dimiliki dengan kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi dan inovasi teknologi untuk dapat menciptakan produk dan layanan yang dirancang untuk era digital.

Yang kedua adalah *Product and Experience*. Dimana, isobar mengambil pendekatan yang dipimpin brand untuk desain produk dan pengalaman, yang nantinya berfokus pada menghilangkan gesekan dan kesenangan teknik. Selanjutnya, Isobar akan menghadirkan perdagangan terhubung yang dirancang untuk di dunia dimana setiap titik inspirasi dapat mejadi titik transaksi.

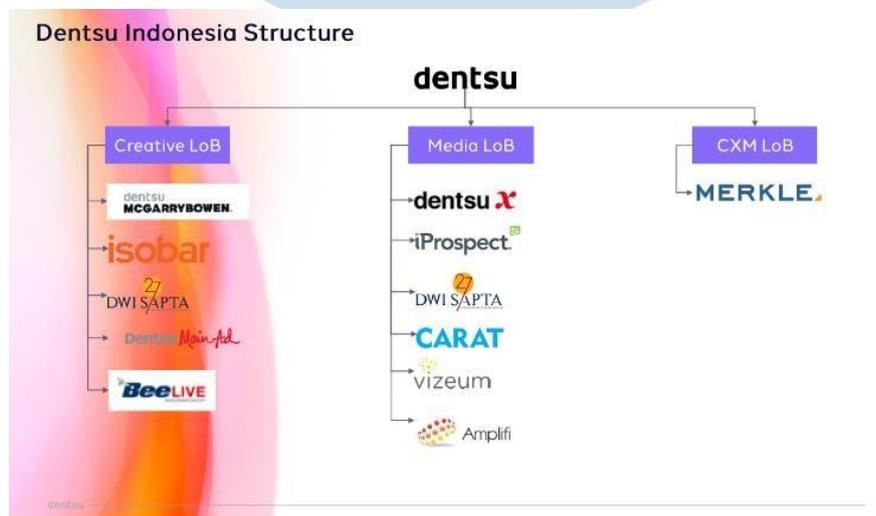
Yang ketiga adalah *Brand Design and System*. Isobar percaya bahwa brand yang berbeda dibangun melalui tindakan otentik dan interaksi yang khas. *Service* ini memungkinkan Isobar menghubungkan keyakinan dan perilaku dalam pendekatan sistematis untuk branding. Isobar juga akan mendefinisikan posisi dan kepribadian yang unik ditangkap dalam identitas *modern brand* juga ikut memastikan implemementasi di ekosistem yang kompleks melalui sistem desain digital adaptif.

Terakhir, *Comms and Content*. Masa depan sebuah brand saat ini terletak pada gagasan yang menghubungkan kekuatan *story telling* dengan penggunaan teknologi

secara kreatif agar dapat memotivasi perilaku konsumen dan mendorong keterlibatan. Isobar dapat membuat konten yang memikat dan mengubah cara pemahaman klien dalam tentang perjalanan pengguna dan disampaikan dalam skala besar melalui kekuatan data dan teknologi. *Team Isobar* akan bekerja untuk membuat, mendistribusikan, mengukur dan mengoptimalkan disetiap langkah. Memberikan kampanye yang dipersonalisasi dan mudah diangkat, mendorong keterlibatan, transaksi hingga loyalitas sehingga disukai orang. [7]

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Dentsu memiliki beberapa *line of business* untuk menunjang aktivitas dan pelayanan kepada klien. Setiap *line of business* terdapat beberapa *business unit*, Isobar sendiri adalah *business unit* Dentsu pada *Creative Line of Business*. Untuk melancarkan kegiatan operasional perusahaan, hierarki perusahaan di susun dengan adanya kontribusi dari berbagai divisi. Berikut ini adalah struktur organisasi pada Dentsu Indonesia dan Isobar Indonesia.



Gambar 2.4. Struktur Organisasi Dentsu Indonesia

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.5. Struktur Organisasi Isobar Indonesia



Gambar 2.6. Posisi tempat mahasiswa magang

Setiap *business unit* pada Dentsu dikepalai oleh Chief Executive Officer (CEO). CEO di bantu oleh *Managing Director* untuk mengawasi setiap divisi. Setiap divisi dipimpin oleh seorang *Director* yang terbagi menjadi 4 divisi yaitu *Consultant*, *New Business*, *Solution* dan *Technology*. Setiap *Director* juga dibantu oleh *Manager* dan *team* yang terbagi dalam 4 divisi yang sama. Setiap divisi terbagi dalam beberapa sub-divisi *team*. Pada divisi *Consultant* terdapat sub-divisi *Account Management Team*, pada divisi *New Business* terdapat sub-divisi KOL

Management dan PH, pada divisi *Solution* terdapat sub-divisi *Strategic Planning Team*, *Creative Team*, *Social Media Team* dan Divisi *Tech* terdapat sub-divisi UI/UX.

Kegiatan kerja magang ini masuk pada bagian divisi *Solution*. Mahasiswa ditempatkan pada sub-divisi *Strategic Planning Team* dengan *jobdesc* menemukan *trend* yang sesuai untuk kalangan Generasi Z yang nantinya akan dijadikan ide bisnis yang *potential*, *related* dan *executable* yang sesuai dengan filosofi PT. Ajinomoto Indonesia yaitu “*Eat Well Live Well*” dan dapat mendekatkan produknya kepada Generasi Z. Mahasiswa juga membuat *mock up* dan memikirkan strategi pemasaran yang dapat di terapkan pada ide bisnis tersebut. [8]

