

BAB II

GAMBARAN UMUM DENTSU

2.1 Tentang PT Dentsu Isopost Indonesia

The image shows the Dentsu logo, which consists of the word "dentsu" in a lowercase, bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light blue circular graphic that has a stylized, blocky appearance, possibly representing a globe or a network.

Gambar 2.1 Logo Dentsu

Sumber: [Dentsu.com](https://www.dentsu.com) (2022)

Dentsu merupakan sebuah agensi periklanan multinasional yang berada di 143 negara dengan 66.000 pekerja yang menangani setidaknya 11.000 klien. Didirikan pada tahun 1901 oleh Hoshiro Mitsunaga dengan nama Japan Advertising Ltd. dan Telegraphic Service Co. Setahun kemudian Telegraphic Service Co. berganti nama menjadi Japan Telegraphic Communication Co., Ltd. dengan harapan untuk membangun bisnis periklanan dan komunikasi. Semenjak 1955 Japan Telegraphic Communication Co., Ltd. secara resmi mengganti namanya menjadi Dentsu Advertising Ltd. Demi menjangkau lebih banyak area, Dentsu berhasil mengakuisisi Aegis Group yang merupakan perusahaan *marketing* di London pada tahun 2012 dan membentuk Dentsu Aegis Network, sebuah perusahaan yang fokus akan kegiatan Dentsu diluar Jepang. Beberapa anak perusahaan milik Aegis Network seperti Carat, iProspect, Isobar, mcgarrybowen, Amplifi, dan sebagainya kemudian mulai bekerja sebagai Dentsu. Sebagai perusahaan periklanan, Dentsu sendiri merupakan perusahaan terbesar di Jepang dan terbesar kelima di seluruh dunia.

The image shows the Isobar logo, which consists of the word "isobar" in a lowercase, bold, sans-serif font. The logo is centered within a large, light blue graphic that has a stylized, blocky appearance, possibly representing a globe or a network. The background of the page features a large, light blue watermark that reads "UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA".

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.2 Logo Isobar

Sumber: [Dentsu.com](https://www.isobar.com) (2022)

Salah satu agensi yang berada di bawah naungan Dentsu antara lain adalah Isobar, sebuah perusahaan *digital agency* yang fokus akan riset dan pengumpulan data yang nantinya diimplementasikan dalam perencanaan dan pemasarannya. Beberapa layanan yang ditawarkan oleh Isobar antara lain adalah:

A. *Strategy & Innovation*

Menciptakan dan menginkubasi kemungkinan baru untuk klien, komunitas, dan masyarakat dengan mengembangkan produk dan jasa baru serta mendesain bagaimana sebuah program manajemen harus berjalan untuk memastikan adanya pertumbuhan dan perkembangan. Menggunakan proses yang di pimpin oleh desain sesuai dengan *market insights* untuk menciptakan produk maupun jasa yang sesuai dengan era digital.

B. *Product & Experience*

Mengedepankan pendekatan melalui merek untuk desain produk dan pengalaman, kemudian setiap perdagangan terhubung yang dirancang untuk dunia di mana setiap titik inspirasi dapat menjadi titik transaksi. Pada layanan ini dikonfigurasi seputar kebutuhan klien dengan mengaplikasikan pendekatan melalui desain dengan pola pikir kolaboratif untuk membuat produk dan pengalaman yang membangun *brand*.

C. *Brand Design & Systems*

Membantu mendefinisikan *positioning* yang unik dan sifat merek dalam sebuah identitas yang modern. Kolaborasi merupakan bagaimana cara Isobar dalam membangun sebuah merek dengan menggabungkan ahli serta bisnis, dengan begitu *workshop*, *open kitchen*, dan *daily standups* merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk mencapai kebutuhan setiap projek.

D. *Comms & Content*

Berakar dari pemahaman akan *user journey* sehingga mampu menciptakan konten yang menarik serta merubah. Selain itu juga menyediakan *personalized*, *seamless*, dan kampanye yang diingat oleh masyarakat yang mendorong adanya

engagement, transaksi, dan loyalitas — membangun sebuah *brand* yang disukai oleh masyarakat. Layanan ini memiliki kemampuan untuk *content creation*, *campaign strategy*, *content strategy*, *campaign concepting*, dan sebagainya.

Kampanye #RasaKeluarga milik Masako merupakan salah satu kampanye pemasaran yang disusun oleh Isobar di mana terdapat sebuah *challenge* untuk berbagi resep andalan ibu rumah tangga dengan total hadiah sebesar 50 juta rupiah dengan mengunggah sebuah postingan baik berupa foto atau video ke Instagram atau Facebook dilengkapi dengan kisah menarik mengenai resep pada *caption*. Selain itu, *brand* seperti Shell, Honda, Vivo, Dunhill, Vuse, dan lain sebagainya juga merupakan klien dari Isobar. Selama karirnya baik Isobar dan Dentsu berhasil memborong berbagai penghargaan yakni “Social Media Marketing of the Year: Isobar Indonesia (Bronze)” oleh Marketing Interactive Agency of the Year Indonesia 2019, “Brand Consultancy Agency of the Year: Dentsu Indonesia (Gold)” oleh Marketing Interactive Agency of the Year Indonesia 2019, “#1 Indonesia Media Agency Group in 2020” oleh RECMA Quali, dan “#1 COMvergence Media New Business Ranking FY 2020”.

2.2 Visi Misi PT Dentsu Isopost Indonesia

VISI

Invitation to the never before

Tempat di mana orang-orang berkumpul tanpa hambatan, di mana rasa kepercayaan dan rasa hormat berkuasa, tempat di mana tim terbentuk dengan mudah untuk setiap kebutuhan tugas baru. Tempat hati dan pikiran terbuka di mana keberagaman adalah sumber terbesar dan inovasi bisa datang dari siapa saja, di mana saja. Tempat di mana data, teknologi, dan kreativitas bertemu dalam kemungkinan tidak terbatas yang digunakan untuk kebaikan semua orang. Di sinilah perubahan dirangkul sebagai kekuatan hidup orang-orang

yang optimis, pengusaha, langkah pertama, semua orang menyambut dunia sebagai satu.

MISI

Open Teaming (8 ways to never before)

a. We Dream Loud

Kami memenuhi kebutuhan klien dan mitra kami yang terus berkembang dengan bermimpi besar dan keras. Membawa bisnis ke wilayah yang belum dijelajahi dan setiap orang diundang untuk bergabung.

b. We Inspire Change

Perubahan adalah jalan kita untuk melalui hal yang mustahil. Perubahan adalah tempat keajaiban terjadi. Perubahan adalah petualangan yang kita cintai.

c. We Team Without Limits

Semua orang kami yang beragam dan berbakar di seluruh dunia dapat bersatu dalam formasi apapun. Semua pintu kami terbuka untuk inovasi dari siapa saja dan di mana saja.

d. We All Lead

Kami percaya bahwa kepemimpinan adalah apa yang kami lakukan bersama. Hal tersebut mengalir melalui kita semua. Siapapun dapat membantu kami.

e. We Make It Real

Kami lebih dari idealis, kami adalah pengusaha. Kami mengubah visi strategis menjadi rencana terukur, dieksekusi dengan indah. Hal tersebut tidak jenius sampai itu nyata.

f. *We Climb High*

Apa yang kita lakukan tidak selalu mudah. Tetapi bahkan ketika suatu tugas tampak mustahil, kita menghadapinya dengan rahmat dan optimisme. Kami di sini untuk mencari solusi.

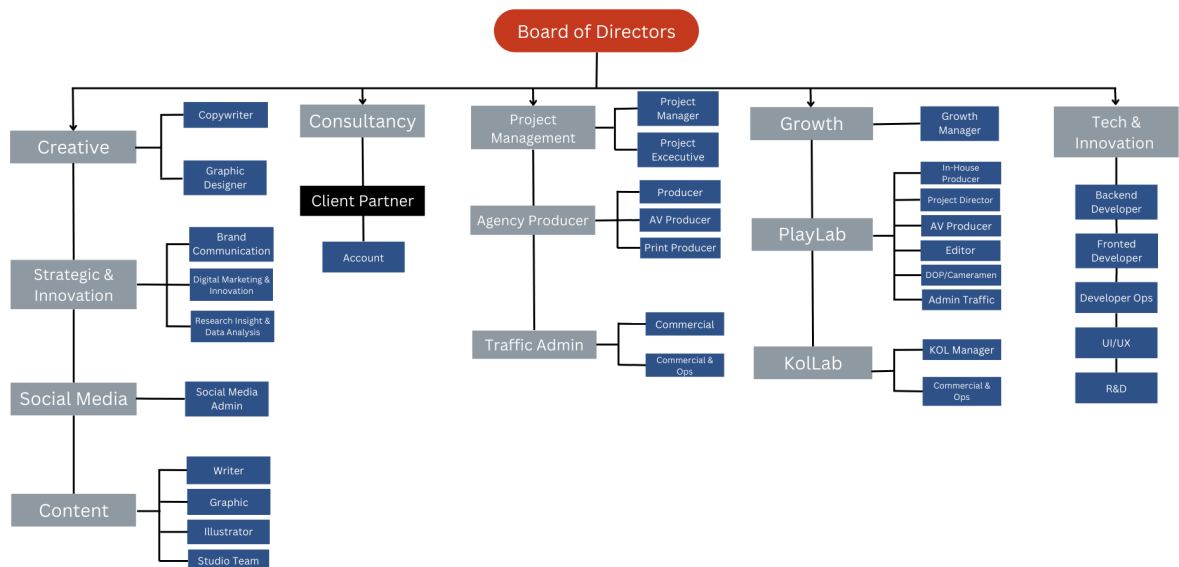
g. *We Choose Excitement*

Pada setiap proyek kami mencari cara untuk melangkah lebih jauh, untuk membuat pekerjaan kami lebih menarik dan bermanfaat. Dalam memilih cara kita, kita mengambil jalan yang menyenangkan, karena di masa-masa sulit dan baik, kegembiraanlah yang mendorong bisnis ke depan.

h. *We Are A Force For Good*

Kami bekerja dengan kejujuran, integritas, dan tanggung jawab. Kami ingin tahu tentang cara-cara untuk menambah nilai pada kehidupan orang-orang.

2.3 Struktur Organisasi PT Dentsu Isopost Indonesia



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Isobar

Sumber: Data Olahan Penulis (2022)

Isobar sebagai sebuah agensi memiliki struktur organisasi seperti gambar di atas. Dalam pengerjaan tugasnya, terdapat beberapa tim yang dikhususkan untuk mengerjakan *brand* maupun tugas tertentu. Namun, mengingat pekerjaan di agensi yang dinamis dan sering berubah ada kalanya seorang *strategic planner* dipindahkan ke tim lain untuk sementara waktu untuk membantu *brief* dan *pitch* yang diterima dari suatu *brand*. Berikut merupakan struktur dari tim *Digital & Marketing Innovation*:



Gambar 2.4 Struktur Tim Digital & Marketing Innovation

Sumber: Data Olahan Penulis (2022)

Divisi *Digital & Marketing Innovation* bertanggung jawab terhadap riset, perencanaan, strategi, serta supervisi hasil eksekusi yang nantinya akan dilakukan oleh divisi kreatif. Berikut masing-masing *job description* posisi pada divisi *Digital & Marketing Innovation* dan hubungannya dalam proses kerja magang:

a. *Associate Planning Director*

Memimpin anggota dalam divisi untuk mencapai target, menetapkan kualitas pada setiap perencanaan dan dokumen yang dibuat oleh anggota divisi, memastikan anggota divisi memahami dan dapat mencapai target atau *client key performance indicator* (KPI), berkoordinasi dengan *Account Director* untuk memastikan *business priorities* milik klien tersampaikan kepada anggota divisi.

b. *Strategic Planning Manager*

Bekerjasama dan berkoordinasi dengan divisi kreatif untuk mengembangkan ide, bertanggungjawab terhadap proyek yang dipegang dan menjadi kontributor yang mampu memimpin tim, memahami konsumen, data, dan insights untuk menyusun *brief*, membangun hubungan dengan *middle level marketing clients*.

c. *Strategic Planner*

Mengembangkan dan menyaring *skill set* yang dibutuhkan dalam *brand strategy*; *data discovery*, *consumer research*, *cultural analysis*, *brand strategy*, dan sebagainya. Menganalisis, mengkonsepsi, mengeksekusi proyek untuk menyampaikan *insight* mengenai *brand* dan target, menyediakan data dan analisis terkait *brand and consumer issues*.

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A