

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara dengan *Account Team Director* (2023), Bailey|Capel merupakan perusahaan periklanan lokal independen yang berdiri pada tanggal 1 Oktober 2021. Sebelum menjadi Bailey|Capel perusahaan ini lebih dikenal dengan nama Doyle, Dane, Bernbach (DDB) Indonesia. Pada awalnya, DDB Indonesia merupakan salah satu anak perusahaan dari Omnicom Group yang merupakan salah satu perusahaan komunikasi pemasaran global yang terkemuka. Perusahaan Omnicom Group juga menaungi beberapa perusahaan periklanan lainnya seperti Batten, Barton, Durstine & Osborn (BBDO), dan Tragos, Bonnange, Wiesendanger, Ajroldi (TBWA). DDB ketika membuka cabangnya di Indonesia pada tahun 2001 menggunakan nama PT Advisindo Artistika di mana mereka memiliki tiga anak perusahaan dengan nama DDB Advis, DDB Brainstorm, dan DDB Rapp Collins. Secara bisnis, ketiga agensi tersebut berada di bawah naungan DDB. Perbedaan antara ketiga agensi tersebut adalah Rapp Collins yang lebih fokus dan kuat pada CRM (*Customer relationship management*), sedangkan DDB Advis dan Brainstorm merupakan bentuk agensi yang sama namun menangani brand-brand yang berbeda.

Keuntungan dari mempunyai dua agency dalam satu holding company yang sama adalah ketika company mendapatkan dua klien dari kategori yang sama secara bersamaan, kita memiliki keuntungan untuk mengoper klien kedua kepada agensi kedua. Seperti contoh, ketika DDB Advis mendapatkan dua klien dalam kategori skincare secara bersamaan, salah satu klien dapat dioper kepada DDB Brainstorm. Ketiga perusahaan tersebut pada tahun 2009 bergabung karena ketentuan dari *head office* yang berlokasi di New York memutuskan untuk mengelompokkan perusahaan mereka berdasarkan holding company, untuk DDB Indonesia holding company tersebut adalah Omnicom Group. Secara bisnis, tujuan utama bisnis

adalah untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya, sehingga ada yang dinamakan pembelian perusahaan dan kemudian terjadilah hubungan antara *holding company* atau *mother company* dengan perusahaan yang dibelinya sebagai anak perusahaan. Biasanya, di dalam suatu *holding company* terdapat media *company*, *advertising company*, *public relations company*, dan lainnya. Ibarat dalam satu keluarga, idealnya ketika kita sebagai *advertising company* dari sebuah *brand*, kita akan merekomendasikan klien untuk membeli jasa PR dari PR *company* yang berada dalam satu *holding company* dengan kita. Tetapi tidak menutup kemungkinan adanya ketidak-cocokan antara klien dengan PR *company* yang kita rekomendasikan. Oleh karena itu penting untuk kita mengetahui perusahaan-perusahaan mana yang terbaik untuk menangani klien kita, karena pada akhirnya semua kembali lagi kepada keinginan dan preferensi dari klien kita.



(Sumber: Data Pribadi Perusahaan)

Gambar 2.1 Logo Bailey|Capel

Pada tahun 2021 lalu, DDB Indonesia melakukan perubahan di mana pada akhirnya perusahaan DDB tidak lagi ingin memiliki kantor representative di Indonesia. Oleh karena itu, pemimpin John Bailey dan Brian Capel memutuskan untuk membangun perusahaan periklanan lokal independen dengan nama Bailey|Capel yang dikenal saat ini. Sebagai pemilik perusahaan, John dan Brian memiliki keuntungan untuk mengatur perusahaan mereka dari segi cara bekerja atau SOP (*standard operating procedure*). Sedangkan, ketika masih berbentuk DDB, mereka harus mengikuti peraturan dan ketentuan yang berlaku secara global yang tentunya juga sudah disesuaikan dengan negara tempat kantor representative masing-masing. Perubahan DDB menjadi Bailey|Capel tidak terlalu signifikan secara cara bekerjanya. Mekanisme bekerja agensi secara standar biasanya meliputi mendapatkan brief dari klien, kemudian brief tersebut diturunkan kepada tim planner di mana mereka akan mencari insight data-data tambahan, kemudian dibentuklah creative brief oleh tim planner dan kemudian diturunkan kepada tim kreatif yang akan mengeksekusi. Perbedaan antara DDB dan BC hanya secara

legalitas dan administrasi karena Bailey|Capel masuk dalam kategori perusahaan periklanan lokal. Dahulu ketika masih berbentuk DDB terdapat perusahaan DDB Tribal yang akan menangani segala sesuatu yang berhubungan dengan digital. Sedangkan sekarang Bailey|Capel sebagai satu kesatuan yang memiliki departemen *creative*, *account*, dan *planner*, kita menangani seluruh *platform* yang dimiliki oleh klien, karena John dan Brian percaya bahwa akan lebih baik jika kita menangani secara keseluruhan agar terjaga kesinambungan pesan antar *platform* dan meminimalisir adanya *glitch* dan *conflict of interest*.

Perusahaan Bailey|Capel memegang teguh filosofi “lakukan apa yang benar untuk brand, dan lainnya termasuk uang adalah prioritas kedua.” Ada beberapa nilai-nilai yang ditanamkan pada perusahaan Bailey|Capel yaitu *professionalism*, *team work*, *collaboration*, selain itu John dan Brian sangat percaya bahwa ide bisa datang dari siapapun dan mereka juga mendorong seluruh pekerja untuk menjadi partisipan aktif dan menyampaikan ide-ide maupun masukan yang dimiliki setiap orang. Kolaborasi yang dimaksud baik secara internal maupun eksternal. Secara internal yaitu antar departemen, misalkan tim *planner* menurunkan *creative brief*, tim *planner* dapat memberikan inspirasi atau referensi untuk tim kreatif sehingga tergambar apa yang diinginkan dari klien kita, begitu pula untuk tim lainnya sangat didorong untuk berpartisipasi dan memberikan pendapat masing-masing. Contoh kedua adalah misalkan setelah diturunkan *creative brief* dan tim kreatif menyiapkan materi, kemudian dilakukan *internal review*, dalam *internal review* ini terjadi diskusi antara tim, tim *Account* harus memastikan materi yang disiapkan tim kreatif sudah menjawab *brief* dan *output* yang diharapkan dari kreatif. Tim *planner* juga harus memastikan materi dibawakan dalam strategi yang tepat dan yang sudah dipilih, kemudian di akhir akan dilakukan *briefing* bersama kembali untuk memastikan semuanya sesuai dan menjawab *brief* klien. Kolaborasi secara eksternal yang dimaksud adalah *partnership* yang kita jalani dengan *brand*. Perusahaan Bailey|Capel bisa disebut sebagai brand agency karena kita tidak hanya menyediakan materi dan dipekerjakan per kebutuhan saja, namun kita membentuk dan memastikan *big idea* hingga nanti ide tersebut turun hingga ke tahap *activation*.

Klien biasanya memiliki kecenderungan untuk berhubungan dengan agensi saja, oleh karena itu, klien biasanya akan mempercayakan agensi untuk mencari tim media ataupun tim *activation* untuk bekerja sama. Ketika kita melakukan kerja sama dengan tim luar dari agensi kita ada kemungkinan terjadinya *glitch*, ketika hal tersebut terjadi yang harus menjadi fokus utama kita adalah mencari solusi atas masalah tersebut.

Hingga saat ini perusahaan Bailey|Capel telah bekerja dengan beberapa brand ternama baik secara lokal maupun secara internasional, beberapa diantaranya adalah *brand baby toiletries*, *electric bike*, otomotif, *dental adhesive*, dan lainnya, seluruh pekerjaan dengan brand tersebut telah ditampilkan pula pada website resmi perusahaan Bailey|Capel. Walau Bailey|Capel merupakan perusahaan periklanan lokal yang sangat independen dan terbilang kecil dibandingkan beberapa perusahaan periklanan lainnya, Bailey|Capel tidak kalah dalam memberikan hasil iklan serta strategi pemasaran terbaik untuk para klien mereka yang sudah terbukti sejak tahun 2021 lalu hingga saat ini. Sebelum menjadi Bailey|Capel, DDB meraih penghargaan *agency of the year* pada tahun 2013 dan juga beberapa penghargaan lainnya dari Citra Pariwara di tahun-tahun sebelum masa pandemi. Kemudian, beberapa pencapaian berharga lainnya adalah keberhasilan memenangkan pitching untuk beberapa klien seperti klien *corporate*, otomotif, hingga *dental adhesive*.

2.1.1 Visi Misi

Seperti pada umumnya, sebuah perusahaan berdiri dengan adanya visi dan misi. Visi dan misi dari perusahaan Bailey|Capel meliputi (Julieta, 2022):

Visi: Memberikan solusi pemasaran terpadu guna membantu klien tumbuh di Indonesia

Misi: Menjadi perusahaan agensi periklanan terhormat dan berpengaruh di Indonesia dan negara-negara sekitarnya.

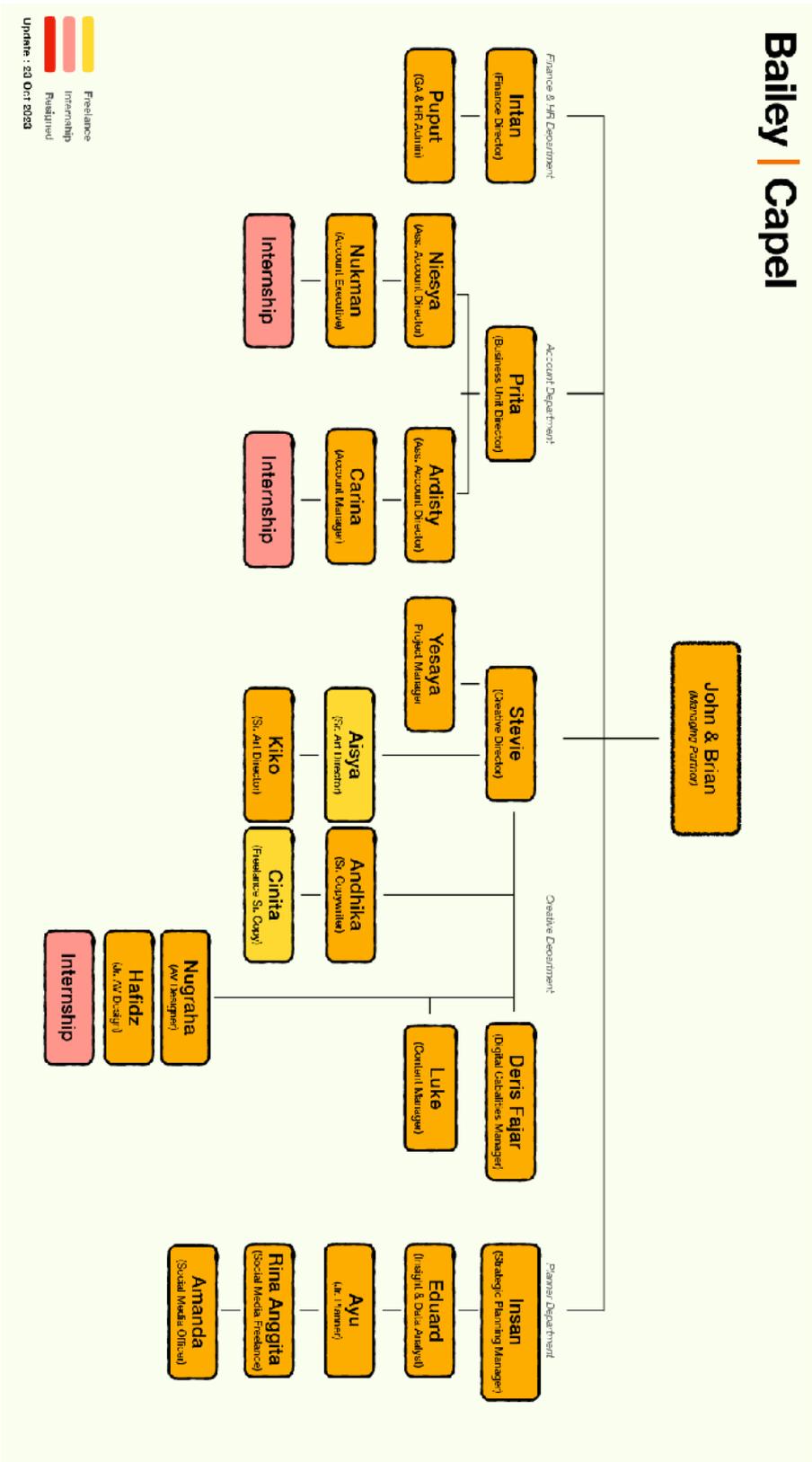
Visi Bailey|Capel untuk memberikan solusi pemasaran terpadu kepada klien, solusi terpadu yang dimaksud adalah terintegrasi. Terintegrasi berarti adanya kesinambungan antara setiap kanal dan platform yang ditangani oleh

agensi, tidak hanya platform beriklan, tetapi termasuk juga *public relations* dan *activation*. Terintegrasi tidak selalu menggunakan teknik atau strategi pemasaran 360. Pemilihan kanal dan platform beriklan tentunya dipilih berdasarkan strategi yang sudah ditentukan oleh tim *planner* yang sudah melakukan analisa pasar terlebih dahulu untuk klien. Pada akhirnya, pemasangan iklan akan ditentukan berdasarkan hasil analisa mengenai target market ataupun audiens klien, di mana mereka mengonsumsi iklan. Hal ini juga sesuai dengan apa yang sudah penulis pelajari di mata kuliah *media planning & the consumer journey*, bahwa dalam proses pembuatan dan pemasangan iklan, ada proses perencanaan media, dan salah satu prosesnya adalah penentuan strategi media yang meliputi pemilihan target audiens, spesifikasi objektif, pemilihan media, hingga pembelian media.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Seperti pada umumnya, dalam sebuah perusahaan tentunya memiliki struktur organisasi yang menggambarkan setiap departemen, penanggung jawab setiap departemen, hingga posisi dan pekerja dalam setiap departemen. Berikut merupakan struktur organisasi perusahaan Bailey|Capel.





■ Freelance
■ Internship
■ Fulltime
 Update : 30 Oct 2023

(Sumber: Data Pribadi Perusahaan)

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Bailey|Capel

Dalam keseharian di perusahaan Bailey|Capel, perusahaan memiliki empat departemen dengan tugas dan fungsi yang berbeda-beda namun saling melengkapi kebutuhan antar departemen. Berikut merupakan beberapa departemen serta tugas dan fungsi departemen tersebut:

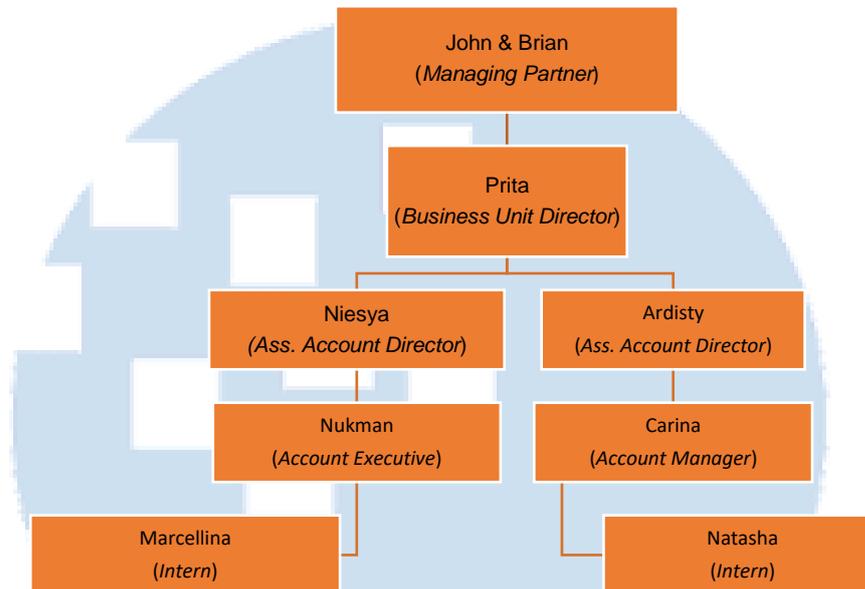
1. *Finance & Human Resources Department*

Dalam kesehariannya, *finance* bertugas dalam menjaga keseluruhan manajemen operasi keuangan perusahaan. *Finance* terlibat dalam pemilihan dan pengaturan sistem akuntansi untuk perusahaan. Selain itu *finance* juga memiliki tanggung jawab untuk merencanakan, mengkoordinasikan, dan mengendalikan arus kas perusahaan serta mengendalikan pelaksanaannya untuk memastikan seluruh proses dan transaksi keuangan berjalan tertib dan terorganisir, serta mengurangi risiko krisis keuangan. Tentunya, *finance* juga tidak terlepas dari tugas untuk mengendalikan penggunaan anggaran untuk memastikan dana dibelanjakan secara efektif dan efisien dalam menunjang operasional perusahaan.

Human resources memiliki banyak tugas, beberapa tugas umum HR adalah memastikan pengaturan yang tepat terkait dengan masalah sumber daya manusia atau pegawai, termasuk pengaturan sistem pembayaran pegawai, penetapan kontrak kerja, peraturan perusahaan, keterlibatan penyedia asuransi kesehatan, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan ketenagakerjaan setempat.

Kedua bagian dari *finance* dan *human resources* memiliki beberapa tugas lainnya yaitu antara lain, mengelola arsip atau melakukan pengarsipan, menciptakan kemitraan yang kuat dengan tim kepemimpinan senior bisnis, menjaga hubungan dengan pihak eksternal perusahaan seperti bank, auditor, badan hukum, dan lainnya.

2. Account Department



(Sumber: Data Olahan Penulis)

Gambar 2.3 Struktur Organisasi Account Department Bailey|Capel

Dalam *Account department* terdapat beberapa posisi seperti yang digambarkan pada bagan organisasi Bailey|Capel, posisi-posisi yang terdapat dalam *Account department* antara lain adalah *business unit director* atau *Group Account Director*, *Associate Account Director*, *Account Manager*, dan *Account Executive*. Berdasarkan pembagian posisi, maka terdapat pembagian tugas juga untuk masing-masing posisi, berikut merupakan penjabaran tugas masing-masing posisi.

- ***Group Account Director / Client Management Director:***

Seorang *Group Account Director* memiliki tanggung jawab yang hampir sama dengan *Associate Account Director*, bedanya hanya saja terletak pada posisi, di mana *Group Account Director* bertanggung jawab untuk memastikan seluruh *Group Team Account* menjalankan pekerjaan mereka sesuai dengan waktu yang tepat, dan kemudian *Group Account Director* akan melaporkan kepada manager perusahaan. *Group Account Director*

bertindak sebagai penghubung agensi dengan klien dan menyeimbangkan masukan dari berbagai departemen untuk memastikan tujuan agensi dan klien sama-sama terpenuhi. Tentunya, sejatinya *Account Manager*, *Group Account Director* juga harus memahami produk atau layanan beserta pasar dan konsumen *brand*, objektif pemasaran, *market share*, hingga *brand* kompetitor klien kita. Selain berhubungan dengan tim internal dan pihak klien, seorang *Group Account Director* juga harus berperan jika dibutuhkan untuk melakukan *brief* terhadap *partner* media ataupun *partner* lainnya untuk memastikan strategi pemasaran tersampaikan dengan betul. Ia juga bertugas untuk mengulas kembali *creative brief* sebagai fondasi bentuk komunikasi yang nantinya akan dibentuk atau dibuat oleh departemen kreatif. Kemudian, *Group Account Director* juga bertugas untuk mengawasi setiap tahapan produksi pengiklanan yang berhubungan dengan tanggung jawab pekerjaan *Account Executive*. Selain itu, ia juga berperan untuk memastikan setiap pekerjaan dibuat dan disampaikan pada waktu dan *budget* yang tepat.

- ***Associate account director:***

Bertindak sebagai penghubung perusahaan dengan klien dan menyeimbangkan masukan dari berbagai departemen perusahaan untuk memastikan tujuan perusahaan dan klien terpenuhi. Selain itu, *Associate Account Director* harus memahami produk atau layanan klien, pasar, dan juga konsumennya serta tujuan pemasaran klien, pangsa pasar, hingga produk pesaingnya. Jika diperlukan, seorang *Associate Account Director* akan memberikan arahan kepada mitra media atau departemen digital untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Beberapa tugas lainnya meliputi penyusunan serta pengkajian *creative brief*

yang akan dikomunikasikan lalu dikembangkan oleh departemen kreatif, mengawasi tahapan produksi iklan, membantu klien memecahkan masalah, dan memastikan setiap pekerjaan dilakukan tepat waktunya dan sesuai dengan anggaran yang sudah ditentukan. *Associate Account Director* bertugas untuk melapor segala pekerjaan kepada *Group Account Director*, hal ini dilakukan untuk memastikan setiap pekerjaan yang dilakukan oleh masing-masing tim *Account* berjalan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan untuk masing-masing tim *Account* dan masing-masing klien yang mereka tangani.

- ***Account Manager:***

Secara garis besar *Account Manager* bertugas untuk menjaga hubungan dengan klien-klien perusahaan dan memastikan setiap kebutuhan dan keinginan klien terpenuhi. Beberapa tugas yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan klien adalah mengelola, meninjau kemajuan dan menyampaikan proyek periklanan klien baik untuk media konvensional maupun digital (TV, materi cetak, *Below the Line*, *branding*, iklan *digital*, manajemen media sosial, pelaporan kampanye, WIP internal dan eksternal), melakukan pertemuan dengan klien dan menjadi sumber informasi penting bagi klien tentang pekerjaan saat ini, selain itu mengkomunikasikan kebutuhan dan permintaan klien yang ditugaskan kepada perusahaan pemberi kerja. *Account Manager* juga bertugas untuk membangun dan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan klien lama maupun klien baru.

- ***Account Executive:***

Bertugas untuk membantu *Senior Account Executive* atau *Associate Account Director* dalam pelaksanaan strategi dan tujuan yang diinginkan klien, serta membantu mengelola interaksi sehari-hari dengan klien yang sudah ada.

Seorang AE juga bertugas untuk membangun dan mengembangkan hubungan jangka panjang dengan klien, serta menyiapkan dan menyediakan komunikasi visual dan proposal proyek. Melakukan pertemuan dengan klien dan menginformasikan status pekerjaan proyek sejauh ini, membantu memantau KPI dan laporan aktivitas, menyimpan catatan transaksi klien dan manajemen *database*, juga merupakan tugas harian dari seorang AE. Selain itu, bersama dengan *Project Manager*, *Account Executive* harus memastikan proyek klien terkirim tepat waktu melalui semua departemen dalam agensi tersebut. Terakhir, seorang AE juga bertanggung jawab untuk menyimpan catatan transaksi klien dan juga manajemen *database*. AE akan melapor pekerjaan-pekerjaannya kepada *Associate Account Director* terlebih dahulu lalu bersamaan *Associate Account Director* melaporkan kepada *Group Account Director*.

Selain tanggung jawab yang disebutkan di atas, *Account Executive* juga harus memiliki beberapa keahlian tertentu seperti mengkomunikasikan seputar *budgeting* dengan klien, hal ini termasuk dalam bernegosiasi, *Account Executive* harus mengkomunikasikan masalah *budgeting* kepada klien ketika adanya keperluan lebih semisal untuk produksi sebuah iklan atau penggunaan strategi tertentu untuk beriklan. *Account Executive* juga harus dapat memprediksi perkiraan adanya potensi masalah atau isu yang dapat menerpa brand klien, tentunya kemampuan untuk memprediksi atau memperkirakan potensi masalah yang dapat muncul bukan suatu keahlian yang kita pelajari di kelas, namun merupakan suatu keahlian yang dibangun sepanjang masa bekerja dan menghadapi situasi-situasi yang memungkinkan timbulnya sebuah masalah atau isu. Selain memahami apa yang diinginkan klien, *brief* dari klien, dan objektif klien, AE juga harus menjadi perspektif orang awam bagi *brand team* dan agensi. Bagaimana pesan utama disampaikan dan apakah pesan utamanya dapat dipahami oleh

orang awam yang terpapar iklan tersebut. Komunikasi yang dijalankan *Account Executive* harus jelas baik secara internal maupun eksternal. Secara internal komunikasi antara tim *account*, tim *planner*, dan tim kreatif harus berjalan dengan jelas, dengan membiasakan diri bertanya sebelum menjalani pekerjaan sehingga tidak terjadi kesalahan diakhir pekerjaan kita. Inisiatif dan *problem solving* juga menjadi keahlian penting bagi *Account Executive*.

3. **Creative Department**

Creative department di Bailey|Capel meliputi *creative director*, *project manager*, *art director*, *copywriter*, *AV designer*, *digital capabilities manager*, serta *content manager*. Berikut merupakan penjabaran beberapa tugas dari masing-masing bagian yang sudah disebutkan:

- **Creative director:**

Seorang *creative director* bekerja berdasarkan *brief* dengan atau tanpa *copywriter* untuk menghasilkan ide yang akan dipresentasikan kepada klien. Bersama dengan *account* tim atau tim *planner*, *creative director* mendiskusikan segala hal yang dibutuhkan oleh klien agar *creative director* dapat membentuk iklan yang dapat menjawab kebutuhan klien. Kemudian, *creative director* mengerjakan desain untuk menghasilkan kampanye iklan yang efektif, dan menugaskan spesialis (misalnya, seniman dan fotografer) untuk mengerjakan proyek tertentu. *Creative director* juga melakukan *pitching* ide kepada klien, mengelola proyek atau kampanye dan bekerja sesuai anggaran, dan mengedit hasil akhir untuk dipresentasikan kepada klien.

- **Project manager:**

Project manager bertugas untuk mengelola dan merencanakan semua pekerjaan melalui departemen kreatif, mengembangkan dan memelihara *database* pekerjaan serta

sistem pelacakan pekerjaan. *Project manager* juga berperan sebagai penghubung antara tim *account*, tim *planner*, tim kreatif, hingga layanan kreatif dan *digital*. Kemudian salah satu tugas utamanya adalah mengadakan pertemuan *weekly in progress* dan juga mengatur jadwal harian seluruh tim *account*, *planner*, hingga *creative*. *Project manager* juga bertugas untuk mengawasi dan memastikan pekerjaan berjalan sesuai jalur, waktu, dan anggaran yang sudah ditentukan. Selain itu, seorang PM bertugas untuk membuat prakiraan bulanan untuk memastikan praktik perencanaan terbaik, menjadwalkan pertemuan kreatif, WIP, presentasi pra-produksi, dll.

- ***Art Director:***

Memiliki tugas utama untuk memimpin artis produksi dalam tahap produksi akhir semua *file* pra-cetak dan juga untuk melatih dan meninjau persiapan file pra-cetak dengan seniman studio lainnya untuk menjaga keakuratan dan konsistensi setiap file. *Art director* juga bertindak sebagai petugas studio utama yang harus meninjau, memantau, dan menjaga semua perangkat keluaran studio, serta meninjau kembali tugas secara langsung dengan *supervisor* untuk menentukan metode eksekusi pekerjaan terbaik. Selain itu masih terdapat beberapa tugas-tugas lainnya dari seorang *art director* yang berhubungan langsung dengan studio, desain, dan lain sebagainya.

- ***Copywriter:***

Bertugas untuk menginterpretasi *brief* klien bersama dengan tim *account* dan kemudian membuat ide-ide dan konsep kreatif dengan *art director*. Sejatinya seorang *copywriter*, tentunya ia harus membuat *copy* yang jelas, persuasif, dan *original* bukan tiruan. *Copywriter* juga bertugas untuk mengoreksi kembali segala macam penulisan untuk memastikan

tidak ada kesalahan dalam penulisan maupun tata bahasa. Ia juga berperan untuk mengawasi sebuah kampanye sepanjang masa produksi hingga selesai. Sehubungan dengan tahap produksi kampanye, seorang *copywriter* juga berperan untuk memilih *talent* untuk sebuah kampanye atau iklan yang disesuaikan dengan citra sebuah *brand*. Selain itu juga harus *update* dengan budaya dan *trend* yang sedang terjadi di dunia serta memonitor efektivitas kampanye periklanan.

4. *Planner Department*

Pada departemen *planner* dibagi menjadi 3 posisi yaitu *strategic planning manager*, *insight & data analyst*, serta *social media officer*. Departemen ini secara garis besar bertugas untuk menjaga serta meningkatkan layanan-layanan digital kepada klien, mempelajari dan mengenalkan platform-platform serta temuan-temuan baru di berbagai media digital termasuk media sosial yang dapat digunakan atau ditawarkan perusahaan kepada klien, serta meningkatkan pemahaman perusahaan mengenai saluran media digital utama. Tim *planner* juga memiliki peran untuk memonitor segala bentuk kampanye dan iklan yang ditayangkan di media digital dan melaporkannya dalam rekap akhir bulan kepada klien dalam bentuk presentasi perkembangan *digital* per bulannya.

U M V 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