



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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. Profile RED Communication Indonesia

2.1.1. Profile Perusahaan

CV Persuaseni Kreasindo atau lebih dikenal sebagai *RED Communication* Indonesia (*Redcomm* Indonesia) didirikan oleh Damon Hakim selaku *Chief Executive Officer (CEO)* sejak Juli 2001. *Redcomm* Indonesia merupakan sebuah *creative digital agency* yang berkarya dalam pengelolaan *website, microsite, social media search engine marketing, performance marketing, content marketing, viral video ad, digital campaign, digital PR*, atau *online marketing*. (Sumber: <http://www.redcomm.co.id/home>, diakses pada 30 September 2016). Selama 15 tahun ini, *Redcomm* Indonesia memiliki spesialisasi pada *platform digital* yang berfokus untuk mencari *insight* dan membangun strategi yang relevan dengan perkembangan teknologi digital. Perusahaan yang berlokasi di Jalan Taman Daan Mogot VI No.6, Jakarta Barat ini sudah bekerjasama dengan kurang lebih 100 *brand*, baik lokal maupun multinasional dari industri yang bervariasi, serta *target market* dan perilaku konsumen yang berbeda-beda.

Redcomm Indonesia memiliki beberapa *sister company*, seperti *Crimson, Salt, Breed, Telcomate, Social Endorser*, dan *Storytale*. *Redcomm* Indonesia memberikan pelayanan penuh dalam *Digital Marketing Agency* dengan menyajikan strategi dan solusi yang inovatif bagi kliennya. Saat ini *Redcomm* Indonesia sudah menjadi salah satu *digital agency* yang tekemuka di Indonesia.

Redcomm sendiri memiliki alur kerja untuk mempermudah dalam menangani kliennya. Alur kerja yang ada di *Redcomm* adalah sebagai berikut:

1. Klien akan mengundang dan memberikan *brief* kepada beberapa *agency* untuk melakukan proses *pitching*. Pada hal ini, pihak redcomm akan mengirim team *account* dan tim *strategist* untuk hadir sekaligus menerima *brief* tersebut. Setelah mendapat *brief*, tim *Account* akan menyerap segala informasi terkait dengan *brand* dan objektif dari aktivitas yang ingin dilakukan oleh klien. Setelah itu, klien akan memberikan *deadline* pengumpulan *deck* dan presentasi yang biasanya berjangka waktu satu atau dua minggu.

2. Tim *account* akan berdiskusi dengan tim *strategist* untuk membicarakan hal kreatif apa yang akan dilakukan agar dapat menarik klien. Diskusi yang dilakukan terkait masalah *budget* dan timeline kerja. Diskusi ini juga dilakukan oleh tim *content* untuk menentukan *content* seperti apa yang sesuai dengan karakteristik serta objektif klien.

3. Sesuai *timeline* yang telah ditentukan, semua materi akan dikumpulkan menjadi satu oleh tim *strategist* atau *content* dan membuatnya menjadi satu *deck* atau presentasi beserta sampel *design* yang kemudian akan diberikan dan diperiksa kembali oleh tim *account*. Hal yang perlu diperhatikan adalah kesesuaian dengan *budget* dan merupakan hal yang masuk akal untuk direalisasikan.

4. Apabila sudah sesuai, tim *account* akan mempresentasikannya kepada klien. Bila sudah disepakati oleh klien, biasanya klien akan memberikan beberapa revisi terkait apa yang ingin ditambahkan oleh klien mengenai aktivitas tersebut. Setelah semua selesai dan sesuai, baru akan dilakukan *kick off* dan mengimplementasikan strateginya.

Selamat 15 tahun Redcomm dipimpin oleh Damon Hakim selaku CEO, Redcomm sudah meraih banyak prestasi dalam bidang digital agency. Penghargaan dan prestasi yang sudah diraih oleh Redcomm adalah Citra Pariwara Award, Bronze Winner of Digital Agency Mobile pada 2015, Integrated Campaigns Nestle Kit Kat, dan The Top 5 of Digital Agency of the Year pada 2015.

2.1.2. Klien dan Portfolio

2.1.2.1. Klien RED Communication

15 tahun berkecimpung didunia *digital agency*, Redcomm sudah banyak sekali menangani klien seperti Bebelac, Samsung, LAYS, Tampico, Pepsi, Tokopedia dan lain sebagainya. Reputasi yang sudah diraih oleh Redcomm membuat banyak sekali *brand* yang mempercayakan aktivitasnya kepada Redcomm untuk merancang aktivitas atau *campaign* yang ingin dijalankan.



Gambar 1: Klien-klien RED Communication

2.1.2.2. Portfolio *RED Communication*

Dengan banyaknya klien yang sudah ditangani oleh *Redcomm*, membuat banyak sekali portfolio yang sudah dibuat oleh *Redcomm*. Banyak sekali aktivitas dan *campaign* yang berhasil memuaskan para kliennya.



Gambar 2: portfolio klien Pepsi



Gambar 3: Portfolio klien NIVEA



Gambar 4: Portfolio klien UNICEF

2.1.3. Logo Perusahaan



Gambar 5: Logo RED Communications

2.1.4. Visi dan Misi *Red Communication Indonesia*

2.1.4.1. Visi *RED Communication Indonesia*

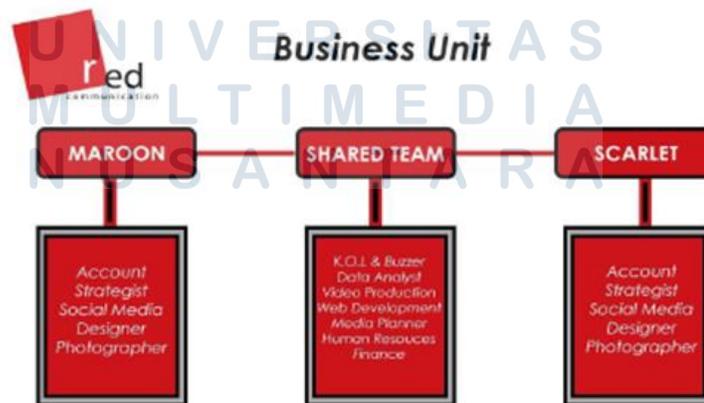
“The Leading Indonesian Digital Agency, That Stands Out in Asia By Winning Awards for Its Creativity and Effectiveness.” Menjadi agensi digital terkemuka yang bersaing di Asia dengan memenangkan penghargaan untuk kreatifitas serta efektifitas.

2.1.4.2. Misi *RED Communication Indonesia*

“Building a Digital Agency driven by a passionately creative team in a family environment serving respectful brand owners with strong digital strategy wrapped in unique execution in pursuit of maximum impact.” Membentuk agensi digital berisikan tim yang penuh Semangat kreatif, dalam suasana kekeluargaan, memberikan pelayanan dengan strategi digital yang kuat dan dikemas dengan eksekusi yang unik, dengan menyasar dampak yang maksimal.

2.1.5. Struktur Perusahaan

Bagan di atas merupakan struktur *business unit* secara keseluruhan yang penulis dapatkan dari pihak HRD. Jika diperhatikan secara detail, *Redcomm Indonesia* memiliki dua bisnis unit yaitu, *Maroon* dan *Scarlet*.

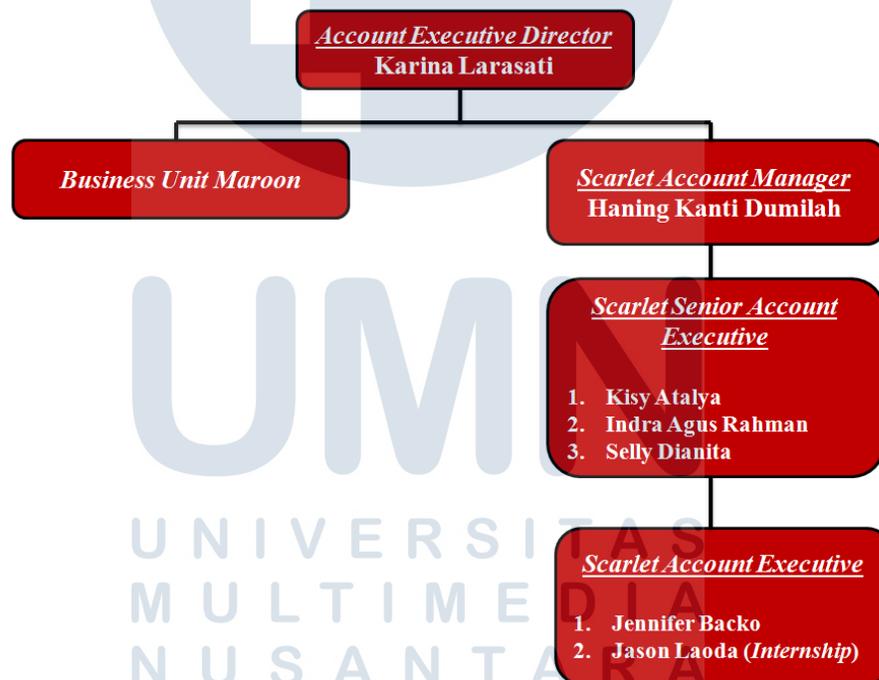


Bagan 1: *Business Unit* pada RED Communication Indonesia

Masing-masing bisnis unit ini memiliki tim yang berbeda karena memegang klien yang berbeda. Setiap bisnis unit memiliki tim *account*, *design*, *social media*, dan *strategist* yang berbeda. Hal ini dilakukan agar lebih terfokus dan terarah.

Selama menjalankan praktek kerja magang, penulis bekerja sebagai *account executive*, khususnya pada business unit *scarlet*. Penulis tidak hanya bekerja dengan internal *account executive* saja, melainkan beberapa kali penulis berkoordinasi dengan divisi lain terkait *brief* mengenai klien yang sedang ditangani, seperti divisi data, divisi *social media*, dan divisi *strategist*.

2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait



Bagan 2: Struktur *Account Scarlet*

Struktur di atas merupakan posisi yang ada dalam tim Scarlet, khususnya divisi AE. Penulis mendapat bagan tersebut dari mentor penulis yaitu Kisy Atalya yang menjabat sebagai Senior Account Executive.

Setiap bagian di dalam struktur tersebut memiliki *jobdesc*-nya masing-masing, antara lain:

2.2.1. ***Account Director***

- a) Memonitor semua tim, memastikan mereka bekerja sama untuk mencapai tujuan.
- b) Sebagai sosok yang mem-*back up* bawahannya apabila mengalami kesulitan dalam pekerjaannya.
- c) Menentukan strategi untuk efektifitas kerja 2 tim dibawahnya.
- d) Mengadakan *work in progress* bagi 2 tim dibawahnya, guna mengetahui perkembangan ada dalam tiap tim.
- e) Pengelolaan sumber daya yang efektif, mulai dari sumber daya manusia, materi, sampai ke pengelolaan waktu.

2.2.2. ***Account Manager***

- a) Berfokus pada pengelolaan sumber daya dalam salah satu tim.
- b) Memantau dan menjadi fasilitator kebutuhan kerja anggota timnya.
- c) Membangun suasana kerja yang nyaman didalam tim yang di *handlenya*.
- d) Mengadakan *work in progress* untuk timnya guna mengetahui sudah sejauh mana pengerjaan suatu project serta sebagai tempat untuk seorang *AE Manager* memberikan pemecahan masalah dan tempat konsultasi dari masalah yang dialami anggota timnya.

2.2.3. ***Senior Account Executive***

- a) Mengelola satu atau beberapa *clients/brands*, yang didelegasikan oleh *acc. executive manager*.

- b) Sebagai seorang *account* yang sudah senior, seorang *account executive* senior juga menjadi supervisi bagi *account executive* junior.

2.2.4. **Account Executive**

- a) Mengelola satu atau beberapa *clients/brands*, yang didelegasikan oleh *acc. executive manager*.
- b) Sebagai *account executive* junior, berkewajiban untuk melakukan report dan konsultasi kepada *account executive* senior yang menjadi supervisinya.

