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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Kraftig Advertising merupakan *agency advertising* yang berasal dari Singapura dan hadir di Indonesia, tepatnya di Jakarta, sejak tahun 2008. Kraftig tidak hanya melayani kebutuhan beriklan para kliennya, tetapi juga menyediakan jasa:

2.1.1 *Public Relations*

a. *Launching produk*
b. *Corporate communications*
c. *Consumer Insight*
d. *Crisis Management*
e. *Event*

2.1.2 *CRM Marketing*

a. *Target Marketing*
b. *Relationship Marketing*
c. *Tele Marketing*

2.1.3 Retail Consultancy

a. *Advertising*
b. *Integrated Brand Communications Strategy*
c. *Brand Identity*

2.1.4 Brand Consultancy

a. *Retail Brand Identity Management*
b. *Training*

Aktivitas new business..., Ratna Dharmawati, FIKOM UMN, 2013

c. *Retail Studies/Audits*

d. *Retail Merchandising*

2.1.5 Media Consultancy

a. *Media Planning and Buying*

b. *Regional Media Placement*

2.1.6 Print Prouction

a. *Printing Broachers*

b. *Company Profiles*

c. *Product Leaflets*

2.1.7 Brand Experience Management

a. *Brand Promotions*

b. *Horicas*

c. *Sampling*

d. *Sales*

2.1.8 Digital Marketing

a. *Social Media*

b. *Mobile Application Development*

c. *Digital Media Placement*

d. *SEO*

2.1.9 Noise Radio Specialist

a. *Media Investment*

b. *Media Planner*

c. *Media Monitoring*

PT. Kraftig Advertising memiliki taglinenya "*Getting Sales, that matters*!" yang menegaskan bahwa Kraftig Advertising merupakan *agency advertising* yang

Aktivitas new business..., Ratna Dharmawati, FIKOM UMN, 2013

berfokus pada peningkatan atau pencapaian target penjualan (*sales*), tujuannya adalah mengurangi *stress* marketing klien-klien yang ditangani Kraftig.

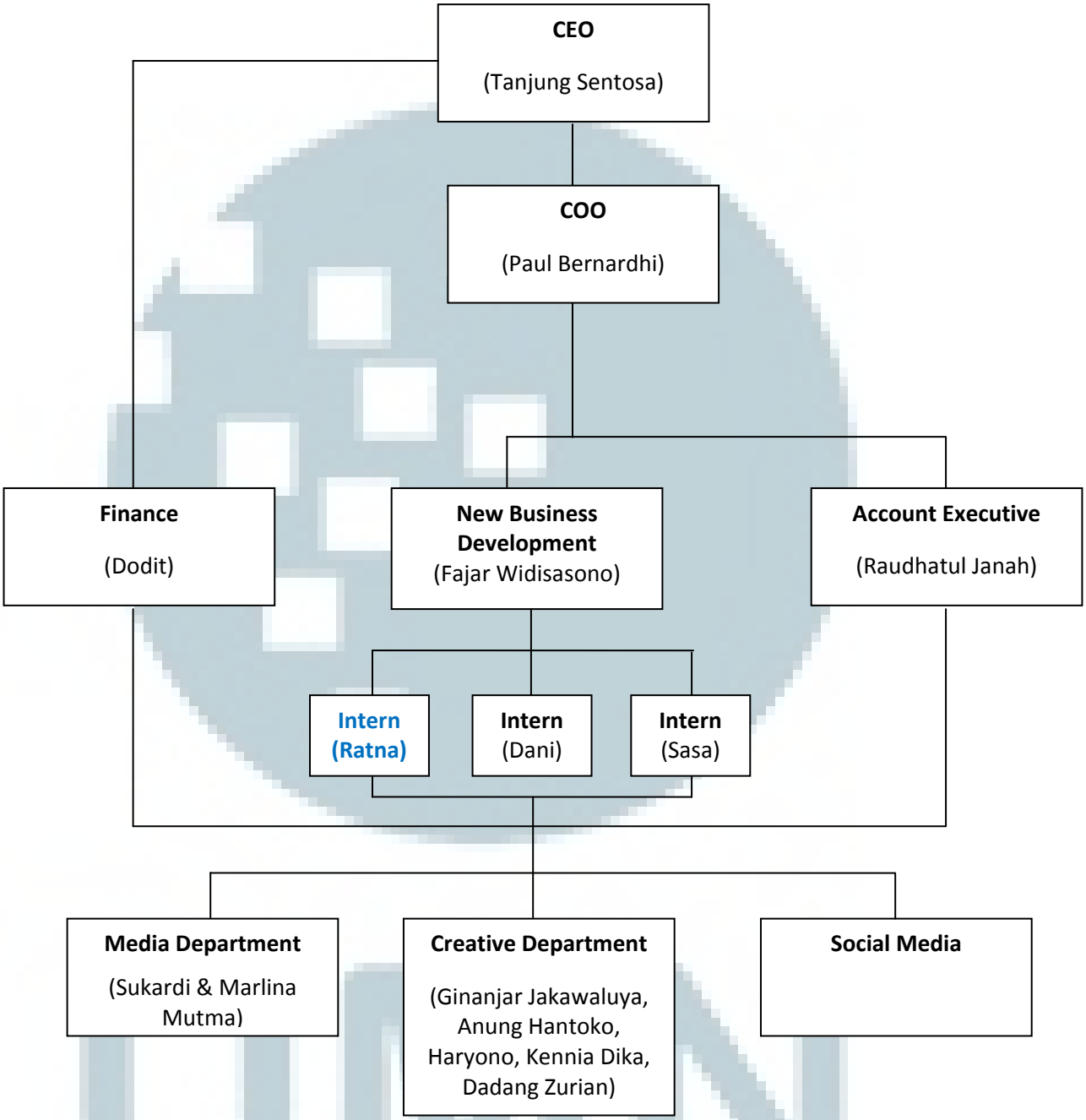
PT. Kraftig Advertising yang menyebut dirinya sebagai *The Devils Marketing*, memiliki tim yang solid dan berpengalaman di bidangnya, di bawah arahan Tanjung Sentosa selaku CEO dan Paul Bernardhi sebagai COO yang sudah berpengalaman di dunia *advertising* hampir selama 40 tahun, selalu memberikan solusi serta ide unik dan kreatif bagi klien yang ditanganinya di seluruh kategori produk di pasar Indonesia, khususnya di kategori perbankan, kartu kredit, asuransi, ritel, pariwisata dan FMCGs. Kraftig Advertising juga memahami tak hanya persoalan bisnis dan pembuatan strategi komunikasi yang unik, tetapi mereka juga memahami perilaku konsumen, yang berguna untuk menyusun strategi dan pendekatan yang sesuai untuk merebut hati para konsumen dari klien Kraftig.

2.2 Logo Perusahaan PT. Kraftig Advertising

Gambar 2.1.

Aktivitas new business..., Ratna Dharmawati, FIKOM UMN, 2013

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2.

2.4 Uraian Tugas Tiap Departemen

2.4.1. New Business Development

Divisi *Business Development* dalam suatu perusahaan memiliki peran aktif untuk mencari klien untuk meningkatkan nilai bisnis yang dimilikinya. Perannya hampir sama seperti sales namun dengan target klien yang lebih terbatas dan dituntut untuk memiliki pengetahuan bisnis yang dalam dan memiliki jaringan, pengetahuan industri dan *market exploration. Market Exploration* maksudnya adalah memiliki keahlian dalam memanfaatkan peluang yang ada untuk menghasilkan solusi yang inovatif dengan beberapa tahap:

1) Penguasaan terhadap pengetahuan pasar

Tahap pertama bisa dilalui dengan adanya pengalaman, mengikuti berbagai seminar, sharing, dan hal-hal lainnya yang dapat memperkaya ilmu. Selain itu juga dapat dilakukan dengan pendekatan penelitian melalui survey, FGD (*Focus Group Disscusion*), atau interview untuk menghasilkan sebuah resume pengetahuan yang akurat dan lengkap.

2) Analisa potensi bisnis

Pada tahap kedua ini diperlukan intelegensia yang lebih tinggi, karena dibalik laporan yang bersifat kualitatif atau kuantitatif selalutersimpan potensi tersembunyi. Semakin sering melakukan analisa, maka semakin peka terhadap peluang tersebut. Kuncinya adalah bersikap jeli dan kritis.

Aktivitas new business..., Ratna Dharmawati, FIKOM UMN, 2013

3) Solusi inovatif

Tahap ketiga merupakan lanjutan dari tahap kedua, karena menjadi kritis tidak akan berguna jika tidak dapat menghasilkan solusi yang baik, maka di tahap ini dituntut untuk dapat menghasilkan solusi inovatif untuk mendapatkan klien-klien baru.

Divisi *Business Development* ini dituntut untuk bergerak aktif mencari klien, bukan hanya pasif menunggu klien datang, untuk itu divisi ini harus mampu memberikan informasi pada klien bahwa ada potensi yang lebih baik dan menunjukan kapabilitas yang dimiliki yang disampaikan secara kontinyu. (Sumber: *http://xlnworld.net/2009/06/08/business-development-yang-agresif/*; akses: 13 November 2013; pukul 18.10)

New Business Development atau NBD di PT. Kraftig Advertising memiliki peran aktif mencari perusahaan baru yang memiliki prospek untuk menjadi klien PT. Kraftig Advertising. Dimulai dengan mencari dan mengumpulkan data perusahaan-perusahaan dari kategori tertentu, yang kemudian dipetakan untuk memilih perusahaan-perusahaan yang berprospek bekerjasama dengan PT. Kraftig Advertising untuk dihubungi dan membuat *meeting appointment*. *Meeting appointment* bertujuan untuk memperkenalkan PT. Kraftig Advertising pada perusahaan tersebut dan meminta PT. Kraftig Advertising diundang jika perusahaan akan mengadakan *pitching*. NBD juga bertanggungjawab untuk mengurus segala keperluan *pitching*, dimulai dari membuat strategi bersama tim Kraftig, membuat materi presentasi, proposal, dan melakukan presentasi pada saat *pitching* tersebut.

Aktivitas new business..., Ratna Dharmawati, FIKOM UMN, 2013

2.4.2. *Account Executive*

Account Executive atau AE merupakan bagian yang bertugas untuk melayani kebutuhan klien Kraftig, tepatnya *existing clients*. Dalam rangka membangun dan menjaga hubungan baik dengan klien, maka AE harus mampu menjembatan klien dengan tim PT. Kraftig Advertising, maksudnya AE harus dapat menyampaikan apa yang klien inginkan kepada tim PT. Kraftig Advertising dengan baik dan benar, dan juga harus dapat melakukan presentasi ide yang telah disusun oleh tim PT. Kraftig Advertising untuk memenuhi kebutuhan klien, yang harus dilakukan dengan baik sampai klien klien jelas dan tidak terjadi *miss communication* atau *miss understanding*.

2.4.3. *Media Department*

Media Department yang dimiliki PT. Kraftig Advertising memiliki tugas untuk melayani *media buyer* dan *media planner* sesuai dengan kebutuhan klien Kraftig. Bagian media juga dapat memberikan rekomendasi media atas dasar data dan riset yang telah dilakukan sebelumnya sesuai dengan permintaan dan kebutuhan klien.

2.4.4. *Creative Department*

Creative department yang dibagi atas *art* dan *copy* ini bertugas memberikan *support* NBD dan AE dalam hal ide-ide kreatif, baik itu konsep iklan, event, nama acara, dan berbagai strategi yang ditawarkan Kraftig pada klien-kliennya. Tim kreatif yang terdiri dari *creative director*, *art director*, *final artist*, *copy writer* dan *digital visualizer*

Aktivitas new business..., Ratna Dharmawati, FIKOM UMN, 2013

selalu siap dengan ide-ide kreatifnya saat melakuka*n brainstorming* untuk diaplikasikan ke dalam strategi yang sesuai dengan kebutuhan klien.

2.4.5. Social Media

Bagian *social media* sudah pasti bertanggungjawab pada semua akun sosial media klien yang bekerjasama denga Kraftig. Tugasnya adalah mengaplikasikan strategi *digital marketing*, seperti membuat konten yang sesuai di untuk akun social media yang dipercayakan pada Kraftig, memposting konten tersebut, dan mengaplikasikan strategi *social media*, sejauh ini permintaan dari klien adalah untuk mendapat jumlah followers pada nominal sekian dilakukan strategi mengadakan kuis, dan sebagainya.

Aktivitas new business..., Ratna Dharmawati, FIKOM UMN, 2013